

**“DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL PRODUCTO GQUEUE  
“GESTOR DE COLAS” DIRIGIDO A DOS SECTORES EN ESPECÍFICO:  
SECTOR SALUD Y SECTOR FINANCIERO”**

**GUSTAVO ANDRÉS TORRES GIRALDO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

**DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA GANAR PARTICIPACIÓN EN EL  
MERCADO CON EL SOFTWARE EMPAQUETADO GQUEUE.  
PLAN DE MARKETING DIRIGIDO AL SECTOR SALUD Y SECTOR  
FINANCIERO**

**GUSTAVO ANDRÉS TORRES GIRALDO**

**Proyecto de grado para optar al título profesional en Mercadeo y  
Negocios Internacionales**

**Director  
VÍCTOR DAVID VELÁZQUEZ  
Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

**Nota de aceptación:**

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de profesional en mercadeo y negocios internacionales

**SANTIAGO ROLDÁN**

---

**Jurado1**

**LUIS RAÚL DOMÍNGUEZ**

---

**Jurado2**

Santiago de Cali, 8 de Octubre de 2012

Quiero dedicarle este proyecto de grado y de vida a Dios, a mi madre, a mi familia, a mis seres queridos y amados, a mi profesor que me acompañó en este proceso y le doy gracias a la Universidad Autónoma de Occidente que me dio la oportunidad de obtener los conocimientos y formarme como una mejor persona.

Gustavo Andrés Torres Giraldo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primero que todo al profesor Víctor Velásquez por su paciencia y colaboración durante el proyecto, pues sin ella no hubiera sido posible culminar el trabajo. Igualmente a la empresa Geniar y su director el Señor Bolaños por abrirme sus puertas y permitirme realizar el proyecto en la organización. Finalmente a mis familiares y a las personas que de alguna u otra manera ayudaron durante el proceso.

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	16
INTRODUCCIÓN	18
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	22
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	22
2. OBJETIVOS DEL PROYECTO	24
2.1 OBJETIVO GENERAL	24
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
3. ANTECEDENTES	25
4. JUSTIFICACIÓN	28
5. MARCOS DE REFERENCIA.	29
5.1 MARCO TEÓRICO	29
5.2 MARCO CONTEXTUAL	30
6.3 MARCO CONCEPTUAL	31
6. METODOLOGÍA	34
7. DIAGNOSTICO	38

7.1. ANÁLISIS DEL SECTOR SOFTWARE	38
7.1.1. Legislaciones que afectan la comercialización de software empaquetado.	40
7.1.2. Tipos de licencias para el sector software.	40
7.1.3. Breve mirada a la situación del software libre en Colombia.	42
7.2. ANÁLISIS DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA	43
8. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL FOCUS GROUP, HOTEL RADISSON	46
9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	63
10. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	65
10.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	66
10.2. ASPECTOS FINANCIEROS.	66
10.2.1. Aspectos Financieros.	66
10.2.2. Resumen histórico de ventas desde el año 2006..	67
10.3. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES	69
10.3.1. Clasificación de las pymes.	69
10.3.2. Número de establecimientos de las pymes.	70
10.3.4. Calificación de calidad.	71
10.4. PRINCIPALES COMPONENTES HARDWARE PARA EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE COLAS.	74
10.5. ¿QUÉ ES LA PIRATERÍA DE SOFTWARE?	75
10.5.1. Principales tipos de piratería.	75

10.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.	77
10.7 ANÁLISIS DEL SECTOR BANCARIO	80
10.8. ANÁLISIS DEL SECTOR SALUD.	85
10.9. MOTIVACIÓN DEL CLIENTE	91
10.9.1 ¿Están satisfechos con los productos y servicios que compran?	91
10.9.2. Necesidades insatisfechas no percibidas por los clientes.	92
10.9.3. Propuesta de Valor actual.	92
10.9.4. ¿Cuál es el impacto de satisfacer una necesidad?	92
10.9.5. ¿Quiénes son los compradores más importantes?	92
10.10. AMBIENTE DEMOGRÁFICO	93
10.11. ANÁLISIS DOFA.	94
10.12. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	97
10.13. ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL	109
10.14. FERIAS Y ASOCIACIONES GREMIALES DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA.	115
10.15. ASOCIACIONES GREMIALES DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA.	116
10.16. COSTO DE LICENCIA ORACLE PARA UTILIZAR DE MANERA LICENCIADA PLATAFORMAS PARA LA CREACIÓN DE BASES DE DATOS.	118
10.17. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (MEFE).	118
10.18. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR INTERNO (MEFI) PARA EL PRODUCTO GQUEUE	119
10.19. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO O MATRIZ DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO(MAFE)	120
10.20. LA MATRIZ DE FORTALEZAS, AMENAZAS, DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (FADO).	122



10.21. PLAN DE MARKETING PARA EL PRODUCTO GQUEUE EL CUAL SE VA A APLICAR EN EL AÑO 2013.	123
10.21.1. Objetivo general del plan de marketing.	123
10.21.2. Objetivos específicos	123
10.21.3. Mezcla de mercadeo para “GQUEUE”.	123
10.22. DISTRIBUCIÓN	130
10.23. ESTRUCTURA COMERCIAL	131
10.24. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE GQUEUE.	132
10.26. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	133
10.27 PLAN DE MARKETING PARA IMPLEMENTAR EN GENIAR Y BUSCAR GANAR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	134
10.28 PRESUPUESTO DEL PLAN	137
11. CONCLUSIONES DEL PROYECTO	139
BIBLIOGRAFÍA	141
ANEXOS	146

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Servicio que implemente su empresa.	46
Tabla 2. ¿Con cuántos proveedores de tecnología cuenta actualmente?	47
Tabla 3. ¿Es política contratar varios proveedores?	48
Tabla 4. ¿Servicios que necesita actualmente su empresa?	49
Tabla 5. ¿Estaría interesado en implementar Gqueue (gestor de colas) en los procesos de su empresa?	51
Tabla 6. ¿En qué porcentaje refleja la participación de geniar en su compañía?	52
Tabla 7. ¿Cuáles necesidades en su empresa no han sido satisfechas por ningún proveedor?	54
Tabla 8. ¿Hay necesidades insatisfechas que Gqueue pueda suplir?	55
Tabla 9. ¿Gqueue podría satisfacer las necesidades de gestión de operación en su empresa?	56
Tabla 10. ¿Qué necesidades satisfacen los actuales proveedores de tecnología?	57
Tabla 11. ¿Qué necesidades no satisfacen actualmente sus proveedores de tecnología?	58
Tabla 12. ¿Estaría de acuerdo con que Gqueue esté presente en sus proyectos de tecnología?	59
Tabla 13. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en un proyecto de tecnología?	60
Tabla 14. ¿Qué otros servicios podría prestar Gqueue para satisfacer sus necesidades?	61

Tabla 15. Estado de Resultados proyectado para para Gqueue..	67
Tabla 16. Resumen histórico de ventas desde el año 2006 hasta el año 2010.	68
Tabla 17. Micro establecimientos y empleo.	70

## LISTA DE CUADROS

	Págs.
Cuadro 1. Resumen de la entrevista.	36
Cuadro 2. Participación de las PYMES por actividad económica.	72
Cuadro 3. Análisis de la competencia.	102
Cuadro 4. Productos y servicios de la competencia.	103
Cuadro 5. Tecnología / Principales Alianzas de la competencia.	108
Cuadro 6. Aplicación de la Matriz de Evaluacion de Factores Externos (MEFE) al producto Gqueue.	119
Cuadro 7. Aplicación de la Matriz de Evaluacion de Factores Internos (MEFI)	120
Cuadro 8. Matriz del perfil competitivo.	121
Cuadro 9. Matriz FADO.	122
Cuadro 10. Comparación precio-versión estándar contra la versión completa.	124
Cuadro 11. Comparación de las dos versiones de GQUEUE.	125
Cuadro 12. Periodo enero-diciembre de 2013. Plan de marketing GQUEUE.	134
Cuadro 13. Presupuesto del Plan de Mercadeo.	137

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Software libre.	41
Gráfico 2. Servicio que implemente su empresa.	46
Gráfico 3. ¿Con cuántos proveedores de tecnología cuenta actualmente?	47
Gráfico 4. ¿Es política contratar varios proveedores?	48
Gráfico 5. ¿Servicios que necesita actualmente su empresa?	49
Gráfico 6. ¿Qué empresas desarrollan proyectos informáticos en su compañía?	50
Gráfico 7. ¿Estaría interesado en implementar Gqueue (gestos de colar) en los procesos de su empresa?	51
Gráfico 8. ¿En qué porcentaje refleja la participación de geniar en su compañía?	53
Gráfico 9. ¿Cuáles necesidades en su empresa no han sido satisfechas por ningún proveedor?	54
Gráfico 10. ¿Hay necesidades insatisfechas que Gqueue pueda suplir?	55
Gráfico 11. ¿Gqueue podría satisfacer las necesidades de gestión de operación en su empresa?	56
Gráfico 12. ¿Qué necesidades satisfacen los actuales proveedores de tecnología?	57
Gráfico 13. ¿Qué necesidades no satisfacen actualmente sus proveedores de tecnología?	58
Gráfico 14. ¿Estaría de acuerdo con que Gqueue esté presente en sus proyectos de tecnología?	59
Gráfico 15. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en un proyecto de tecnología?	60
Gráfico 16. Servicio que implemente su empresa.	61

Gráfico 17. Servicios que necesita actualmente su empresa.	62
Gráfico 18. Porcentaje de gasto público sobre gasto total en salud.	88
Gráfico 19. Evolución del gasto per cápita en Colombia.	88
Gráfico 20. Evolución de los afiliados (%).	89
Gráfico 21. Ranking de las empresas que mejor acreditación tienen para prestar servicios de salud.	90
Gráfico 22. Ejemplo proceso de atención con el gestor de colas.	127
Gráfico 23. Corresponde al Brochure de los productos y servicios de Geniar.	171
Gráfico 24. Boletines informativos.	172
Gráfico 25. Logotipo Gqueue	172
Gráfico 26. Pendón.	173
Gráfico 27. Invitaciones	174

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Suscripción al catálogo del software	146
Anexo B. Plan de trabajo pasantía institucional	148
Anexo C. Cronograma de actividades por semana	150
Anexo D. Resumen de ventas al año 2010 Geniar.	161
Anexo E. Encuesta.	163
Anexo F. Desarrollo de las sesiones de grupo	167
Anexo G. Material publicitario Gqueue campaña	171
Anexo H. Cotización evento hotel Radisson Cali.	175

## RESUMEN

El presente trabajo se hizo sobre “El diseño de un plan de marketing para el producto GQUEUE “Gestor De Colas” dirigido a dos sectores en específico: el sector salud y sector financiero”. Inicialmente se realizó un diagnóstico a nivel de microentorno y el macroentorno, analizando la situación comercial de la empresa y la evolución de ésta desde el comienzo hasta la época actual. Se identificaron los principales clientes potenciales para el software a la medida GQUEUE. Se generaron estrategias para darle valor agregado al software a la medida; se realizaron actividades de marketing correspondientes a investigaciones de mercado con las cuales se detectaron oportunidades en clientes actuales y clientes potenciales, y de esta manera se generaron estrategias de valor para los clientes y planes de acción.

Así mismo, se realizó un análisis del ambiente político y legal del sector del software con el fin de conocer reglamentaciones, nuevas tendencias tecnológicas, regulaciones especiales de Colombia contra la piratería, obtención de licencias de software, manejo del lenguaje de programación. También se plantearon las estrategias publicitarias en las cuales se propusieron los diferentes medios de comunicación: Prensa, radio, televisión, material POP, BTL, ATL, souvenirs, etc. Al igual que se ejecutó un modelo de gerencia estratégica para el marketing que consta de tres etapas que son: formulación de la estrategia, implementación de la estrategia, y la etapa de evaluación.

Estructuralmente la investigación se enmarcó gracias a un libro base llamado “Plan de marketing”, Modelo para alcanzar el éxito en el mercado. En donde la principal razón para redactar el plan de marketing radicó en el hecho que obliga al comité ejecutivo a pensar y evaluar su negocio, el documento puede ser utilizado por otras personas de la organización y serle útil.

Para las actividades de investigación se utilizaron métodos de recolección de datos tales como encuestas con las cuales se pretendía saber el grado de conocimiento que tenían los clientes potenciales en cuanto a los temas de software.

La investigación que se llevó a cabo fue de tipo cualitativo, y el tipo de muestreo utilizado fue aleatorio simple. La principal herramienta que se utilizó fue el FOCUS GROUP. También se realizaron actividades de telemercadeo E-mailing a las principales empresas del sector comunicaciones. También se llevó a cabo un arduo estudio de la competencia, con trabajos de campo en las empresas, y



diálogos con gerentes de las principales competidores como Pragma, Premize, Olsoftware, Satius, entre otras. En donde se identificaron las principales ferias y asociaciones gremiales del sector software en Colombia, toda la logística de eventos, se logró tener presencia en estos apartes y lograr mejor reconocimiento en el mercado y participación en el mercado.

Posteriormente, se desarrollaron matrices de evaluación MEFE, MEFI al producto GQUEUE las cuales arrojaron la viabilidad en la implementación del producto en las empresas de los sectores salud y financiero y cómo este producto puede ayudar a mejorar la productividad de las empresas; se realizó el marketing mix y la estructura comercial para la empresa en la cual se generaron entre otras estrategias de promoción; se creó un cuadro de estrategias de producto, estrategias de precio, estrategias de promoción, y estrategias de distribución, se estableció un nombre para cada programa y las actividades a llevar a cabo para lograr estos objetivos.

De igual forma, se estableció un presupuesto del plan con cifras reales para llevar a cabo esta inversión con la cual la empresa ganará a futuro reconocimiento, valor y participación en el mercado de clientes y proveedores de servicios integrales de tecnología; se realizó suscripción al catálogo del software donde se recibe información sobre servicios informáticos, servicios de IT, software de infraestructura de sistemas, software de desarrollo e internet.

Posteriormente, se ejecutó un plan de trabajo, con cronogramas de actividades por semanas. Dentro de los anexos se incluye un histórico de las ventas al año realizado de la investigación; también se incluyen las encuestas realizadas y los resultados obtenidos, además del informe y los resultados del focus group.

Finalmente se incluye el material publicitario de la campaña para GQUEUE: Brochures de los productos y servicios de GENIAR, Boletines informativos, Logotipo GQUEUE, Pendón, formato de invitaciones y cotización de eventos.

## INTRODUCCIÓN

GENIAR es una empresa que nace de la creciente necesidad que hay en el mercado del software por medio del cual pymes y multinacionales pueden utilizar los servicios de tecnología con el fin de minimizar riesgos y aumentar la productividad de sus empresas, optimizando todos sus procesos, sistematizándolos de manera lógica y facilitando la toma de decisiones.

Por medio de los servicios que ofrece la empresa Geniar; las empresas que corresponden a su mercado potencial podrán organizar la información de manera sistematizada para que todos los procesos operativos se realicen de una manera eficiente; llevando a cabo procesos de auditoría tanto interna como externa en donde por medio de avanzadas herramientas de BPM e Inteligencia de negocios se logre mejorar la productividad de dichas empresas.

Con el presente proyecto se pretende corregir los errores operativos en las empresas del sector salud y del sector financiero, PYMES en general, dándoles propuestas que generen valor para sus empresas y que sirvan para mejorar la efectividad del negocio. Se trata de realizar un plan de mercadeo para el producto Gqueue realizando un diagnóstico e investigación que permitan tener herramientas para formular objetivos y estrategias en donde se logren objetivos específicos de marketing. Se pretende ampliar la participación en el mercado con el producto Gqueue por medio de estrategias de valor agregado llegando a diferentes segmentos de mercados industriales.

Para el logro de todos los objetivos de marketing se debe construir un plan de mercadeo en donde se enmarquen unos objetivos del plan y las correspondientes estrategias para lograrlos.

En la etapa del diagnóstico se realizan las matrices MEFE, MEFI, DOFA, FADO y la matriz competitiva mediante las cuales se realiza un análisis del mercado y de la competencia para complementar la información que ayuda para la creación del plan.

Finalmente, gracias a un proceso creativo e investigativo se diseñaron las estrategias de marketing, donde fue necesario tomar como base toda la información recolectada y su respectivo análisis. Se tuvieron en cuenta datos del sector del software a nivel mundial, nacional y local, se investigó el segmento de

las pymes y como el GQUEUE puede ayudar a mejorar los procesos de atención al cliente en el sector Salud y bancario.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La principal problemática que orientó el proyecto es que la empresa necesita no depender de dos clientes solamente sino que necesita crecer y expandirse buscando ganar participación en el mercado para tener recursos para invertir en investigación y desarrollo y así adaptarse de mejor manera al entorno competitivo y cambiante de la tecnología.

La empresa también necesita que la idea por la que tanto se ha luchado desde un principio, finalmente dé resultados en el mercado para que se pueda invertir en investigación y desarrollo tecnológico y por consiguiente crecer en la industria del software. Es por ello que se ha decidido elegir dos sectores que presentan una considerable afluencia de clientes y donde existen necesidades insatisfechas que pueden ser mejoradas con la implementación del Gqueue, corresponde también al ingreso constante de nuevas Pymes, es por esto que se pretende ganar participación en el mercado con el programa y lograr diferenciarse con estrategias de valor agregado.

La principal problemática de Geniar radica en que la empresa carece de una estructura de Marketing y Publicidad que dirija los objetivos de marketing. Por consiguiente la empresa requiere un departamento de administración y contabilidad; Esto para que se dirijan todos los objetivos gerenciales y organizacionales, y se pueda ejercer mejor control sobre el ingreso, los costos y gastos en que incurre la empresa en su operación y de ésta manera tomar planes de contingencia para contrarrestar las vacas flacas en el negocio, generando planes de contingencia. Gracias a la implementación de estos departamentos la empresa generará un mejor clima organizacional lo cual mantendrá motivado al personal interno de manera que el rendimiento y los planes de acción se traduzcan en utilidades para la empresa. Estas utilidades generaran un mejor flujo de caja lo que mejorará la capacidad de pago y endeudamiento de la empresa para poder invertir y aumentar su tamaño.

La empresa carece de un documento que establezca variables claves del entorno que permitan generar oportunidades en el mercado. El documento es el Plan De Marketing que se hace de periodicidad anual o semestral y el cual permite dirigir con planes de acción los objetivos comerciales de la empresa permitiendo establecer un segmento potencial al cual dirigirse con los productos y servicios actuales de Geniar pero en especial con el producto hacia el cual se dirige este proyecto que es el Gqueue.

Para Janner Monroy, gerente del segmento pymes de Telmex Colombia, afirma que resulta bastante preocupante conocer y entender la realidad de las pymes con relación al aprovechamiento de las soluciones tecnológicas para empresas de este segmento. Por lo general casi todas las Pymes carecen de software para mejorar sus procesos internos. Es por esto que se puede encontrar un estudio que reveló que 75% de las pymes exportadoras no cuentan con aplicaciones de software web para gestión de órdenes de compra, facturación electrónica y CMR. A ello se le suma el hecho de que tampoco están con la intención de gestionar en sus negocios electrónicos documentos de exportación vía web.

Actualmente el programa funciona para Coomeva EPS. Se ha invertido en investigación y desarrollo para tener un software de gestión de filas empaquetado y listo para cada sector de acuerdo a unas especificaciones universales, para adaptación y personalización del software es necesario de consultorías por medio de las cuales se trabajaría en temas específicos en cuanto al rendimiento y la operatividad del software en donde se realizarían las modificaciones pertinentes.<sup>1</sup>

La principal problemática que presenta el sector salud es la atención al cliente debido a la acumulación de pacientes en las salas de espera, y las filas que se forman para realizar la solicitud de atención o para la solicitud de los medicamentos. Estos procesos ineficientes hacen que la empresa genere una mala imagen para los usuarios y por lo tanto un mal servicio al cliente. Esto perjudica el cumplimiento de los objetivos de marketing y publicidad y hace que los clientes que tienen la experiencia negativa hagan una voz a voz negativo de la marca perjudicando su imagen.

La misma situación se repite con el sector bancario en donde se presentan grandes problemas de colas y falta de direccionamiento hacia los puestos de atención por parte de la empresa. Muchos clientes de entidades bancarias se quejan sobre el pésimo servicio que se les presta y por la espera entre turno y turno. Dichas sucursales bancarias presentan estos problemas porque carecen de sistemas informáticos que ayuden a mejorar sus procesos operativos. Presentan filas que en ocasiones hasta se salen de la sucursal por lo que implica también un riesgo para las personas que van a consignar o retirar efectivo.

---

<sup>1</sup> JANNER Monroy: Gerente segmento pymes Telmex Colombia. [en línea]. En: Pymes desorientadas en tecnología. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=60025>, PUBLICADO: 3/27/2008

## **1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el plan de marketing que permitirá a la empresa Geniar incursionar y posicionar el software gestor de colas Gqueue en los segmentos de negocio como son el sector financiero y el sector salud?

## **1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuál es el plan de marketing que ayudará a Geniar a ganar participación en el mercado con el producto Gqueue?
- ¿Cómo es el cronograma y el presupuesto requerido para las actividades que se van a realizar para el cumplimiento de los objetivos del plan de mercadeo?
- ¿Cuál es la estrategia de marketing y publicidad que necesita Geniar para que se direccionen los objetivos comerciales de la empresa?
- ¿Conformar un departamento de marketing y publicidad que dirija los objetivos de marketing?
- ¿Reconocer cuáles son las principales características de licenciamiento que aplican para la venta del producto Gqueue?
- ¿Aumentar la participación en el segmento de los mercados industriales correspondiente a los sectores Salud y Financiero?
- ¿Realizar un análisis del sector Pymes dentro del que se encuentran empresas del sector salud y el sector financiero?
- ¿Conocer cuál es la segmentación adecuada para la comercialización de Gqueue?

- ¿Diseñar estrategias de promoción que hagan generar recordación de marca en el segmento potencial?
- ¿Por medio de quien se toman las decisiones en las empresas del sector bancario y el sector salud?

## **2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseño de un plan de marketing para el producto Gqueue “Gestor de colas”, dirigido a dos sectores en específico: Sector Salud y Sector Financiero.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico a nivel interno y externo analizando la situación comercial y la evolución de ésta desde el comienzo hasta la época actual.
- Identificar clientes potenciales para el software a la medida Gqueue.
- Generar estrategias de valor agregado para el software a la medida Gqueue.
- Realizar actividades de marketing correspondiente a investigaciones de mercado con las cuales se detecten oportunidades en los clientes actuales y potenciales para que de esta manera se generen estrategias y planes de acción.
- Realizar un profundo análisis del ambiente político y legal del sector software.
- Generar estrategias publicitarias en donde se utilicen los diferentes medios de comunicación y se utilicen las herramientas de publicidad: material pop, BTL, ATL, suvenires, etc.



### **3. ANTECEDENTES**

Geniar desde un comienzo se conformó por ingenieros de sistemas los cuales son expertos en temas informáticos pero tienen desconocimiento comercial en estrategias de ventas y servicio al cliente. Cada uno de los socios es ingeniero de sistemas, pero al igual que el equipo operativo carecen de experiencia y conocimiento comercial lo cual perjudica el aumento de participación en el mercado de los productos y servicios de la empresa.

Geniar es una empresa que nace de la creciente necesidad que hay en el mercado del software por medio del cual pymes y multinacionales pueden utilizar los productos y servicios de la empresa con el fin de minimizar los riesgos y aumentar la productividad.

La empresa desarrolladora de software Geniar surge como respuesta a una necesidad de Pymes y Multinacionales que buscan en la sistematización de sus procesos aumentar la productividad o minimizar los riesgos de sus operaciones. En las empresas prestadoras de servicio al cliente se identifica la problemática que se presentaba en los procesos de atención a los clientes donde ocurrían ineficiencias de recursos y tiempo en la administración adecuada de las filas; es ahí donde Geniar desarrolla su solución Gqueue con la que se pretende optimizar operacionales sistematizándolos de manera lógica y facilitando la toma de decisiones y en general la gestión del servicio al cliente.

En el transcurso de estos años Geniar siempre ha mantenido relaciones rentables con 3 clientes principales, los cuales son sus fuertes y los que generan la gran cantidad de ingresos por conceptos de alquiler y soporte de software y ayudan a crear una buena imagen de la marca permitiendo la consecución de clientes referidos. Estos clientes son Coomeva, Tecnoquímicas y Comfenalco.

También es importante mencionar que el gerente de la compañía Jesús A. Bolaños era un empleado del Departamento de Tecnología de Coomeva, actual cliente de Geniar, y decidió independizarse con la ventaja que conocía con quien asociarse y también identificó la falencia en la atención a los usuarios del sistema de salud. Entonces se unió con unos ingenieros de sistemas, profesores de la Universidad San Buenaventura quienes poseen alto nivel académico y empezaron a desarrollar una solución para la gestión de los procesos operativos de Coomeva UTI (Unidad de tratamiento intensivo), la cual fueron desarrollando y perfeccionando un programa basado en una plataforma de Oracle y adaptándose

a los requerimientos de esa empresa lograron obtener el permiso para convertirlo en software empaquetado listo para comercializar en el mercado.

Sin embargo Geniar desde el principio ha presentado falencias comerciales en donde no se han preocupado por mejorar su situación competitiva en el mercado sino que por el contrario se han conformado con dos o tres clientes lo que les trae problemas financieros como problemas en el flujo de caja y retrasos en los pagos de las nóminas, errores graves ya que afectan la motivación y por consiguiente el desempeño del talento humano.

Los ingenieros de la empresa son conscientes de las falencias organizacionales y comerciales existentes sin embargo parecen no haberlas detectado aún. La empresa desde el principio ha estado carente del direccionamiento de un departamento de mercado y ventas que comprende un punto de suma importancia para la competitividad de la empresa en el mercado.

La situación actual de Geniar requiere un cambio con el fin de ampliar su participación en el mercado y su posicionamiento de marca con el fin de aumentar su competitividad en el mercado. Desde la concepción de la empresa han sido tres socios, ingenieros de sistemas. Primero fueron dos, quienes ya tenían la empresa funcionando y son los profesores de la Universidad San Buenaventura, no obstante necesitaban un direccionamiento estratégico por lo que convocan al Ingeniero Jesús Alberto Bolaños, experto en el tema de TI y único con conocimientos comerciales por lo que lo nombran Gerente de la empresa. Esta persona es quien maneja el área comercial y su única estrategia de captación de clientes es por medio de clientes referidos que le suministran sus contactos. No obstante se dieron cuenta que podían explotar mucho más el potencial de su talento humano, y también sacar provecho de que dos de los socios se desenvuelven en un entorno universitario y profesional por lo que con facilidad tienen acceso a estudiantes en práctica con los cuales abaratan costos y contribuyen con su experiencia laboral.

Geniar es fundada en el año 2006, ofreciendo desde entonces servicios especializados para la alineación y aplicación de tecnología informática y de inteligencia de negocios. Hoy en día se atienden clientes nacionales e internacionales en diferentes sectores productivos como son: la banca, los seguros, la manufactura y el comercio, entre otros. Desde su concepción Geniar ha ido evolucionando, tratando de adaptarse a los cambios del mercado conforme a las nuevas innovaciones y cambios en el sector haciendo frente a la competencia.

La empresa Geniar está en un proceso de evolución y transformación continua comenzando desde adentro para afuera con su excelente talento humano y su compromiso con la innovación y los estándares de calidad, brindando a los clientes herramientas eficientes que permiten hacer mejor sus negocios por medio del suministro de herramientas computacionales que modelan y controlan los procesos operacionales de la empresa.

La empresa ha contado desde su inicio con una alianza estratégica con IBM por medio de la cual genera valores agregados para sus clientes y tiene acceso al conocimiento y a las nuevas tendencias en el sector de la tecnología.

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto se va a realizar porque la empresa Geniar requiere aumentar su participación en el mercado, uno de los principales motivos de esta investigación es conocer como el gestor de filas Gqueue le puede servir a las diferentes empresas que componen las Pymes, donde encontramos las empresas del sector salud y las empresas del sector financiero, segmentos meta de Geniar. La empresa es relativamente nueva en el mercado y carece de estructura organizacional. Una correcta estructura organizacional compuesta por departamentos de mercadeo y publicidad, y un departamento de administración y contabilidad serían la clave para aumentar la imagen de marca y los beneficios a nivel interno y externo en la empresa.

Gracias a las herramientas que proporciona el marketing se puede cambiar la situación competitiva que atraviesa la empresa porque permiten tener un amplio análisis del mercado, un amplio contexto de la competencia, y de la situación competitiva de los productos y servicios en el sector, así como también una visión concreta de la situación a nivel interno y a nivel externo; en base a ese diagnóstico se obtienen herramientas para formular los objetivos del plan de mercadeo que permiten la implementación de estrategias y el establecimiento de planes concretos de acción, con nombres de responsables y un presupuesto asignado que permiten ejecutar el plan. Posteriormente sigue una etapa de evaluación y control y la implementación de una monitoria estratégica de marketing para conocer si los objetivos se están cumpliendo y tomar posibles planes de contingencia ante cambios inesperados que se presenten con clientes o proveedores.

Se pretende hacer un análisis de las Pymes y específicamente de los sectores salud y financiero debido a que se encuentran en crecimiento porque hay muchas empresas nuevas que están ingresando en el mercado y carecen de sistemas operativos que ayuden a mejorar para mejorar sus procesos internos brindando una solución para la gestión de las colas y para la consultoría y asesoría en BPM y BI.

## 5. MARCOS DE REFERENCIA

### 5.1 MARCO TEÓRICO

Este proyecto busca diseñar un documento que permita establecer objetivos por medio de los cuales se logre ganar participación en el mercado con el programa Gqueue.

Según Philip Kotler, “Segmentar es el proceso de dividir el mercado total para un producto en varias partes, cada una de las cuales tiende a ser homogénea en los aspectos importantes”<sup>2</sup>

Según Huggle: “Segmentar es el proceso de dividir el mercado en submercados homogéneos con necesidades similares, de modo que los atributos de un producto puedan diseñarse para satisfacer estas necesidades con precisión.”<sup>3</sup>

Una empresa debe garantizar la producción de bienes y/o servicios de alta calidad y excelencia, de tal manera que no solo satisfaga la necesidad del segmento potencial, sino que por medio de estrategias de marketing se busque la fidelidad y lealtad de los mismos.

Para el posicionamiento de Gqueue el mensaje con el que se va a vender el software es como el que mejor se adapta a las necesidades de cada sector. Es por esto que los objetivos del plan deben estar encaminados a tener una capacidad intelectual que pueda desarrollar software a la medida de acuerdo a especificaciones técnicas de cada empresa de cada sector.

El modelo estratégico que se va a implementar para desarrollar el plan es “El plan de marketing Modelo para alcanzar el éxito en el mercado de los autores Fabio Villegas Orrego y Alfredo Beltrán Amador.

---

<sup>2</sup> KOTLER, P.; ARMSTRONG, G; CÁMARA IBÁÑEZ, D; CRUZ ROCHE, I. Marketing, Décima edición, Pearson Educación, S. A., Madrid, 2004, p. 52.

<sup>3</sup> Ibíd. p. 52.

En una organización debe existir un departamento comercial que dirija los objetivos de marketing y de publicidad donde se tracen metas a corto, mediano y largo plazo y que puedan ser alcanzables con los medios económicos de la empresa.

Debido a que el proyecto busca diseñar estrategias para la penetración de mercados de Gqueue, se debe conocer muy detalladamente cuales son los componentes de un gestor de filas, quienes son las principales empresas productoras, debido a que es importante ampliar el conocimiento acerca del segmento donde se actúa actualmente y los segmentos hacia los que se van a dirigir los esfuerzos de la fuerza de ventas. Para este proceso se debe conocer también los procesos de atención en las entidades financieras, en las clínicas, hospitales e ips.

## **5.2 MARCO CONTEXTUAL**

La empresa Geniar se encuentra conformada por 30 ingenieros de sistemas capacitados para asumir los retos que se presenten en el mercado, Y por un departamento contable y comercial que corresponde a las otras 20 personas integrantes del capital humano. Dicho capital humano trabaja más que todo de planta en clientes actuales realizando auditoría en los procesos operativos en donde se aplica Gqueue.

El proyecto se va a desarrollar bajo la modalidad de pasantía institucional tendrá lugar en las instalaciones de la empresa Geniar ubicada en la dirección carrera 74ª#9-53 en el barrio Capri de la ciudad de Santiago de Cali. Se realizarán investigaciones de mercado en el segmento de entidades financieras, así como en clínicas, centros médicos y hospitales de la ciudad de Cali. Se contará con el apoyo de los ingenieros de desarrollo en cuanto a la consecución de la información y el planteamiento de los objetivos.

Con este proyecto se propone estructurar un plan de mercadeo que permita reconocer aspectos relevantes del mercado potencial de Gqueue que corresponde a las Pymes pero de manera más específica los sectores Salud y Financiero, análisis de la competencia, y del sector al que pertenece la empresa con el fin de lograr buscar en cuales segmentos de mercado se puede penetrar con el producto y con cuales estrategias de marketing mix se puede ganar participación en el mercado.

Es importante resaltar que la operación de la fuerza de ventas implementada por Geniar tendrá lugar en ciudades como Bogotá y Medellín debido a que en esas ciudades se encuentran centralizadas las oficinas principales y por consiguiente se encuentra el departamento de tecnología y el gerente de TI que es el que toma la decisión de comprar el producto.

### **6.3 MARCO CONCEPTUAL**

Marketing: Es la creación de relaciones rentables con los clientes basadas en la satisfacción y en el valor para el cliente.

Mercado: Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio.  
Gestión del marketing: Arte y ciencia de seleccionar mercados objetivos y de crear relaciones rentables con sus agentes.

Enfoque de marketing: Filosofía de gestión del marketing que sostiene que la consecución de los objetivos de la empresa dependerá de la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo y de la entrega de la satisfacción que buscan los clientes de una forma más efectiva y más eficaz que la competencia.

Penetración de mercados: Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en aumentar la venta de productos existentes a segmentos de mercado existentes, sin modificación alguna del producto.

Desarrollo de mercados: Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para productos existentes.  
Desarrollo de productos: Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en aumentar la venta de productos existentes a segmentos de mercado existentes, sin modificación alguna del producto.

Desarrollo de mercados: Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para productos existentes.  
Segmentación de mercado: División de un mercado en distintos grupos de compradores con necesidades, características o conductas diferentes, y para los que es necesario elaborar productos o un marketing mix de productos.

Segmento de mercado: Grupo de consumidores que responden de la misma manera a un determinado estímulo de marketing.

Definición del público objetivo: Proceso de evaluación del atractivo de cada segmento del mercado y selección del segmento al que se dirigirá la empresa.

Posicionamiento en el mercado: Disposiciones necesarias

Posicionamiento en el mercado: Disposiciones necesarias para que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, respecto de los productos competidores en la mente de los consumidores objetivo.

Marketing Mix: Conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables: Producto, Precio, Promoción, Plaza que la empresa combina para dar la respuesta deseada en el mercado objetivo.

Estrategia de marketing: Lógica de marketing mediante la cual una empresa espera conseguir sus objetivos de marketing

Ejecución del plan de marketing: Proceso mediante el cual el plan de marketing se traduce en acciones de marketing, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos.

Producto Industrial: Producto adquirido por individuos u organizaciones para un proceso productivo o para su uso en el desarrollo de un negocio.

Marketing social: Diseño, aplicación y control de programas que persiguen el aumento de la aceptación por parte del público objetivo de una idea social, de una causa o de una práctica.

Software empaquetado: Es desarrollado por compañías para ser vendidos principalmente a través de distribuidores.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> KOTLER, P.; ARMSTRONG, G; CÁMARA IBÁÑEZ, D; CRUZ ROCHE, I. Marketing, Décima edición, Pearson Educación, S. A., Madrid, 2004, p. 86.



Que es un gestor de colas: Es un sistema que permite controlar y planificar la ejecución de las tareas almacenadas en las colas, con el fin de optimizar el uso de los recursos de los sistemas, minimizar costes y maximizar el rendimiento de las aplicaciones.<sup>5</sup>

Que es una licencia de software: Es un contrato en donde se proveen ciertos permisos como el de instalación, uso del software (no la propiedad), modificación del mismo, redistribución, entre otros, junto a posibles condiciones como la prohibición a la ingeniería inversa o la prohibición a la modificación de la licencia al redistribuir.<sup>6</sup>

¿Qué es java?: java es un lenguaje de programación y la primera plataforma informática creada por Sun Microsystems en 1995. Es la tecnología subyacente que permite el uso de programas punteros, como herramientas, juegos y aplicaciones de negocios. Java se ejecuta en más de 850 millones de ordenadores personales de todo el mundo y en miles de millones de dispositivos, como dispositivos móviles y aparatos de televisión.<sup>7</sup>

Que es PHP: (acrónimo de PHP: Hypertext Preprocessor) es un lenguaje de código abierto muy popular especialmente adecuado para desarrollo web y que puede ser incrustado en HTML.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Definición Gesto de colas. [en línea]. [Consultado el 12 de Marzo de 2012]. Empresa Cenits. Disponible en internet: <http://www.computaex.es/faq/preguntas-generales/que-es-gestor-colas>

<sup>6</sup> Industria del Software. [en línea]. [Consultado el 12 de Febrero de 2012]. Enciclopedia virtual la Wikipedia. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Industria\\_del\\_software#Historia\\_y\\_evoluci.C3.B3n\\_de\\_la\\_industria\\_del\\_software](http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_del_software#Historia_y_evoluci.C3.B3n_de_la_industria_del_software)

<sup>7</sup> Definición de Java. [en línea]. Publicado en la página de Java-Oracle. [Consultado el 14 de Febrero de 2012, a las 3:41 pm]; Disponible en Internet: [http://www.java.com/es/download/faq/whatis\\_java.xml](http://www.java.com/es/download/faq/whatis_java.xml)

<sup>8</sup> PHP: Hypertext Preprocessor. [en línea]. Publicado en la página Web de PHP. [Consultado el día 14 de Febrero de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.php.net/manual/es/intro-whatism.php>

## 6. METODOLOGÍA

Para la metodología se va a seguir un modelo de gerencia estratégica para el marketing. Este modelo consta de tres etapas principales que son: Formulación de la estrategia, Implementación de la estrategia, y la etapa de evaluación.

La primera etapa consta de identificar la misión y visión, objetivos y estrategias actuales, esto mediante una ejecución de auditoría externa que consta de identificar amenazas y oportunidades, y la auditoría interna la cual consiste en identificar debilidades e identificar fortalezas; lo anterior con el fin de establecer la misión y visión de la compañía y así poder ejecutar las matrices que hacen conocer la situación competitiva de la empresa y así formular una serie de objetivos: Administrativos, Mercadeo, Financiero, Producción e investigación y desarrollo; y también establecer las estrategias que son: administrativas, mercadeo, financieras, producción e investigación y desarrollo. Finalmente la etapa de evaluación del modelo de gerencia estrategia consta de la asignación de los recursos y una etapa de evaluación y control.

Estructuralmente la investigación se enmarca en un libro base llamado "Plan de Marketing", Modelo para alcanzar el éxito en el mercado. Mediante el cual se direccionó la investigación gracias a unas variables básicas como la razón de ser y los objetivos de las organizaciones, segundo la gestión de marketing y el correspondiente plan que son los elementos direccionadores y los que definen los objetivos y recursos exigidos en la organización por cada una de sus áreas y tercero corresponde la herramienta base de trabajo "El plan estratégico de marketing", el cual si es bien planteado permite el logro de resultados seguros y satisfactorios.

Las principales razones para escribir un plan es que obliga al comité ejecutivo a pensar y evaluar su negocio, el documento puede ser utilizado por otras personas de la organización y serle útil. De hecho consiste en un documento con un cronograma y proporciona una referencia que se evaluará a lo largo de los años.

La investigación se inició recolectando datos de los principales segmentos que corresponden al mercado potencial de Geniar en empresas del sector salud y, sector financiero, obteniendo se aplicaron encuestas para conocer si las empresas conocían sobre los temas del software y analizar qué tan innovadora es su percepción, datos de la rotación diaria de personas dentro de las diferentes sucursales, para tener una idea del programa que se debe diseñar. Las especificaciones técnicas del producto para cada empresa están dadas por las

adaptaciones requeridas por la misma, es decir que Gqueue se adapta a las necesidades y especificaciones de cada empresa. Se van a realizar entrevistas con los directores de cada proyecto en la empresa: reunión con el director de BPM, reuniones con los directores de BI, y reuniones con los ingenieros de Desarrollo en donde se discutan puntos de vista sobre un tema en específico y se puedan lograr resultados que generen ventaja competitiva.

La investigación que se llevó a cabo es de tipo cualitativo porque el resultado que se obtuvo va a arrojar diversos conceptos que van a argumentar porque es necesaria la solución en las empresas. La principal herramienta que se utilizó para obtener el resultado de esta investigación fue: FOCUS GROUP. La el tipo de investigación que se aplicó para este caso fue de tipo cuantitativo que arroja datos más exactos y significativos para la investigación.

Se realizaron actividades de tele mercadeo y E-Mailing a las principales empresas del sector comunicando los principales beneficios del Gqueue; y como está diseñada esta estrategia para lograr mejorar la efectividad de las empresas que lo adopten en sus procesos. Se hicieron también actividades de Focus Group en donde se reúne a los principales gerentes de tecnología de las empresas que conforman el mercado potencial.

Para realizar la investigación se tomó una muestra de hombres y mujeres entre 35 a 50 años de edad profesionales en ingeniería de sistemas que ocupen el cargo de director de tecnología informática quienes son los que toman las decisiones. Personas de los estratos socioeconómico 4, 5, y 6 que viven en la ciudad de Cali.

La muestra que se escogió fueron los directivos de tecnología informática o del departamento de tecnología de las principales 30 empresas a nivel local con los cuales se convocó una sesión de grupo en la cual se entrevistaron a los participantes y se retroalimentaran con charlas de temas de interés.

El tipo de muestreo que se va a utilizar para la investigación será un muestreo aleatorio simple mediante el cual se escogerán diversos individuos de la población con el cual se establecerá el grupo que será objeto de estudio.

Focus Group: Un Focus Group es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el

mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.

Encuestas online: e-encuesta es una herramienta ágil, amigable, rápida y confiable que se distingue por su presencia global y agilidad en respuesta, además de ofrecer precios competitivos.

Tele mercadeo: El Telemercadeo o Telemarketing es una actividad de mercadotecnia que permite un contacto instantáneo, en vivo y bidireccional entre el proveedor y el consumidor. El Telemercadeo ahorra costosas visitas personales, se contactan más prospectos al día y se mantiene satisfechos a los clientes, con base en una buena atención, y la oportunidad de respuesta ante la competencia.

Cuadro 1. Resumen de la entrevista.

Entrevista	Cuestionario	Preguntas abiertas, para la realización del Plan de mercadeo
Visita-Entrevista	Personal	Entrevista directa con Jesús Bolaños y Johan Bejarano especialistas en TI y BPM en donde se realiza un diagnostico general de la empresa en el sector y las principales falencias que se presentan a nivel comercial en la empresa.
Encuesta	Cuestionario	Preguntas de múltiple respuesta, y preguntas abiertas, para recolectar la información requerida aplicada a los gerentes de TI del mercado meta.

Para dar respuesta al problema se desarrollaron los objetivos específicos planteados en el anteproyecto, que constaba de los pasos lógicos de un plan de marketing que constan de una primera fase en donde se establece un diagnostico interno y externo, que permite tener una perspectiva de la situación, sigue otra etapa que es la de determinar los objetivos basados en un objetivo general y unos objetivos específicos, elaboración y selección de estrategias, seguido por un plan de acción, ejecución, establecimiento del presupuesto y finalmente los métodos de control.

Etapa1: Recolección de la información de forma indagatoria de tipo contextual para aproximarse al tema y complementar el Plan de marketing del producto Gqueue. Igualmente, el diseño de esta etapa de la investigación se realizó a partir de fuentes primarias que fueron por medio de las entrevistas y un registro secundario, basado en recolectar y consultar información sobre el tema, tanto en textos elaborados, documentos escritos por expertos en la materia como fuentes secundarias, tales como el Internet.

Etapa 2: Interpretación y análisis de la información que dio como resultado el poco conocimiento que se tiene del Gqueue en el mercado potencial y la falta de posicionamiento en el grupo objetivo. Por otro lado el interés de los dueños y los empleados de la empresa todos buscando la forma de encontrar la información para realizar el plan de marketing fue un punto fundamental en este proceso el cual culmina con un documento referencial para evaluación y control.

Etapa 3: Presentación de análisis final a manera Conclusiones y estrategias, así como programas y planes concisos de marketing se harán de manera formal ante el director de Geniar y los diferentes líderes de proyecto quienes evalúan la propuesta.

## **7. DIAGNOSTICO**

### **7.1. ANÁLISIS DEL SECTOR SOFTWARE**

El sector del Software en Colombia cuenta hoy con cuatro grupos de empresas bien definidas: Empresas desarrolladoras de software, empresas distribuidoras y comercializadoras de productos informáticos, empresas proveedoras de acceso y servicios de Internet y empresas productoras de hardware.

Para el año 2009 Colombia contaba con aproximadamente 1.200 empresas en la industria TI. Algunas de ellas ya posicionadas en el mercado nacional, como prestadores de servicios y desarrolladores de software a la medida, tanto para multinacionales como para las empresas medianas y pequeñas. Existe un número significativo de empresas nacionales que han logrado acumular experiencia y conocimiento en la producción y prestación de servicios informáticos en diferentes sectores como: entidades gubernamentales, comercio, industria manufacturera, transporte, almacenamiento, electricidad, agua, gas, agricultura, caza y pesca. Son empresas que han logrado fortalecerse y sacar ventaja competitiva en el mercado.<sup>9</sup>

Sin embargo se puede observar que el ámbito del software hoy en día es cambiante e innovador; los nuevos avances tecnológicos en las ramas de la comunicación, la electrónica y la computación han revolucionado el mundo en todos los aspectos; para el sector software la tecnología ha hecho grandes innovaciones que se traducen en hardware mucho más avanzado y mejores herramientas computacionales que permiten brindar mejor calidad a los productos y servicios; posicionando al sector como uno de los líderes. Siendo partícipes en el proceso de volver las empresas más eficientes, modernas y vanguardistas.

El sector del software no es regulado ni manipulado por ningún ente gubernamental, sin embargo las asociaciones gremiales son los principales grupos que se forman compartiendo un mismo tema y a la vez luchan por sus intereses colectivos. Fedesoft, es hoy el gremio más importante con que cuentan las empresas de software y servicios asociados y surge de la fusión de Fedecolsoft e Indusoft.

---

<sup>9</sup> Estudio realizado por el ministerio de industria, comercio y turismo, república de Colombia. Desarrollando el sector TI como uno de clase mundial. Disponible en google con el título: "Desarrollando el sector TI como uno de clase mundial, Consultado el 2 de abril de 2012 a las 2 pm.

Un poco de la historia de Fedesoft nos remonta a los años 90 donde ACOSOFT Y ACUC, realizaron los primeros estudios sobre la industria del software nacional. Se trata de Fedesoft que es una empresa privada, sin ánimo de lucro, buscan el desarrollo del sector a través de una estrategia global que promueva la Retroalimentación entre empresarios, academia, gobierno y otras entidades relacionadas para impulsar el desarrollo nacional basado en tecnologías de la información, posicionando al país como productor de TI de clase mundial.

En Colombia hay potencial en el mercado del software debido a que el número de PYMES que ingresan al mercado es cada vez mayor; por consiguiente aumenta la demanda y a la vez deben aumentar las ofertas de valor agregado para los clientes; por eso el reto es innovar y buscar diferenciarse en el mercado, el servicio y la diversidad de productos son claves para el éxito. También es clave para el éxito que la empresa preste los servicios de posicionamiento Web y creación de E-MARKETPLACE con el fin de lograr satisfacer la creciente demanda de este servicio. Estas empresas ingresan al mercado y lo que buscan es ganar participación rápidamente por eso si se les proporcionan herramientas computacionales que les permitan mejorar la productividad y las ventas éstas empresas ganarán participación en el mercado rápidamente y por consiguiente la empresa logrará su objetivo.

En Colombia el tema de la calidad se ha trabajado alrededor de la certificación ISO 9001, no obstante en el sector del software hay un estándar de calidad más exigente y se llama el CMM (Capability Maturity Model). Este posee cinco niveles y solo una empresa de nuestra geografía está certificada en nivel cinco: PSL software, Productora de Software S.A., ubicadas en Medellín.

A pesar de que el sector software generó ganancias por cerca de US\$280 millones durante el 2011, aún quedan cabos por atar antes de convertirse en un sector de talla mundial. El mercado colombiano del software y tecnologías de la información (TI) registró un crecimiento del 8% durante el año 2011, lo cual representó ventas superiores a los US\$ 280 millones de dólares reportadas por las 730 empresas registradas en el sector TI, aproximadamente, informó la Federación Colombiana de la Industria del Software y Tecnologías Informáticas Relacionadas.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Estudio publicado por ministerio de industria comercio y turismo de Colombia, consultado el día 24 de Julio de 2012, presentación en PDF, Software y servicios de TI, Disponible en la página Web: [http://www.fedesoft.org/descargas/Plataforma\\_estrategica\\_de\\_mercadeo.pdf](http://www.fedesoft.org/descargas/Plataforma_estrategica_de_mercadeo.pdf).

**7.1.1. Legislaciones que afectan la comercialización de software empaquetado.** En Colombia se encuentran diversos tipos de legislaciones en el sector del software unas que benefician y otras que afectan el mercado. En Colombia se lleva a cabo un proyecto de ley que pretende respetar los derechos de los ciudadanos e incentivar el desarrollo tecnológico. El software libre es una plataforma informática base en donde los ingenieros pueden realizar sus adaptaciones.

En el sector software básicamente el principal recurso es el capital humano y su inteligencia y por esos las creaciones de software que se generen deben llevar un copyright o derechos de autor que garanticen que los programas no puedan ser flagelados o copiados indiscriminadamente. Es por esto que la industria del software ha establecido una serie de lineamientos llamados licencias que corresponden a la forma legal como la empresa entrega el software a los clientes finales.

#### **7.1.2. Tipos de licencias para el sector software.**

- Acuerdo de usuario final: Corresponde al tipo de licenciamiento más utilizado en el sector software, es conocido como EULA. Es un acuerdo entre la empresa y el usuario final donde éste último se comprometa a de ninguna manera hacer uso de este software. Este acuerdo o licencia queda grabada en el computador y al venderlo se vende con esta licencia y se ceden los derechos al nuevo propietario incluyendo toda la documentación necesaria que corresponde a la entrega de los discos duros originales, la documentación del fabricante, números de registro y números de serie.<sup>11</sup>

- Share Ware: Este tipo de licencia permite descargar, instalar y usar software con una serie de funciones completas por un tiempo determinado por el fabricante; si después de este tiempo el usuario desea continuar usando el software, debe adquirir una licencia, y será necesario el pago de ésta y el suministro de la información requerida en los términos del formulario de registro

Este producto es un software soportado por el usuario y no es de forma gratuita, la persona que lo utilicé está autorizado para usar el software con el propósito de evaluación por los primeros 30 días desde el día de la instalación del programa. Durante este periodo el software no se podrá usar para fines comerciales. Si se

---

<sup>11</sup> Consultado el día 9 de enero de 2012 a las 7:30 am, Artículo publicado el 3 de enero de 2012 (<http://tecnosaurios.blogspot.com/2012/01/tipos-de-licencia-de-software.html>) LUNES, 9 DE Enero de 2012, consultado en abril 23 de 2012.



decide continuar usando se tendrá que licenciar para poder utilizarlo de manera legal en la empresa.

- **OpenSource o Código Libre:** Estos programas por lo general son distribuidos con una licencia de público general (GPL). Esa licencia permite que el usuario pueda modificar, usar, compartir, instalar y distribuir el software libre de costo. Por tomar un ejemplo del mercado, LINUX y Bases de datos han sido modificados de manera que se han convertido en exitosos productos comerciales. Esto gracias a que el software libre permite

Gráfico 1. Software libre.



Fuente: Mapa conceptual del software libre [en línea]. 2010. Mapa conceptual del software libre, Barcelona- España, Autor: René Mérou; [Consultado 03 de Junio de 2012] Disponible en internet: [http://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:Mapa\\_conceptual\\_del\\_software\\_libre.svg&page=1](http://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:Mapa_conceptual_del_software_libre.svg&page=1).

- En este sentido se puede encontrar que para realizarle modificaciones a un programa creado toca acceder al código fuente el cual es el lenguaje que utiliza el programador, el cual describe en lenguaje maquina las ordenes que van a ser ejecutadas por el hardware. Cabe resaltar que para esta traducción se necesitan compiladores, ensambladores, intérpretes y otros sistemas de traducción. Un compilador es un programa informático que traduce un programa escrito en un lenguaje de programación a otro lenguaje de programación, generando un

programa equivalente que la máquina será capaz de interpretar. Usualmente el segundo lenguaje es lenguaje de máquina, pero también puede ser un código intermedio (Byte-Code), o simplemente texto. Este proceso de traducción se conoce como compilación.

- **Creative Commons:** Este tipo de licencia, se utiliza más que todo para trabajos literarios, se usa en muchos sitios de internet, especialmente en blogs y en trabajos colaborativos. No significa que la propiedad intelectual no tenga derechos de autor. Este tipo de licencias ofrecen algunos derechos a terceras personas bajo condiciones específicas. Cada creador decide las condiciones con las que se desea permitir que terceros accedan y usen su obra.

Las principales condiciones de las licencias creative commons son: condiciones por atribución (copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado), condiciones no comerciales (copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado, pero únicamente con propósitos no comerciales), condiciones sin derivar (Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar solo copias literales del trabajo patentado>), y condiciones de compartir igual (Esta licencia permite a otros realizar trabajos derivados pero únicamente bajo una licencia idéntica)<sup>12</sup>

**7.1.3. Breve mirada a la situación del software libre en Colombia.** Hoy en día el software libre todas las empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas y sin importar su tipo (Académicas, comerciales, industriales, etc.) requieren de un buen sistema de información (SI) que de soporte a la toma de decisiones ya sea a nivel administrativo, táctico e incluso el operativo. El trabajo de los desarrolladores está orientado al análisis, diseño y construcción de un sistema de información acorde a las necesidades de la empresa, de tal forma que satisfaga en gran medida los requerimientos de software planteados por una organización, además de las características propias de la ingeniería de software como son: la escalabilidad, la usabilidad, desempeño, seguridad, disponibilidad, tolerancia a fallos, estabilidad y la robustez del sistema entre otras.

Se entiende por escalabilidad a la capacidad de un sistema informático o una red o un proceso que indica su habilidad para reaccionar y adaptarse sin perder calidad o bien manejar el crecimiento continuo de trabajo de manera fluida, o bien

---

<sup>12</sup> JOSEP Galimany, Javier; PENA, Rosa María; GUAL, Antoni. 1985. Software. Biblioteca práctica de la computación. Barcelona: Ediciones Océano-Éxito. S.A. p 25.

para estar preparado para hacerse más grande sin perder calidad en los servicios ofrecidos.<sup>13</sup>

Por lo general los desarrolladores de software buscan un SGBD, el cual es un sistema gestor de base de datos (SGBD): Puede definirse como todo conjunto de herramientas que acompañan el motor de base de datos y permiten a los diferentes tipos de usuarios interactuar con la base de datos. Hay que tener en cuenta que el motor de BD es la arquitectura lógica o mejor dicho el algoritmo que permite a la hora de implementar sistemas de información de alto desempeño ya sean OLTP la BD. Cabe aclarar que el motor de BD es la arquitectura lógica, los SGBD elegidos por la mayoría de los desarrolladores pueden ser Oracle, Informix o DB2, entre otros.

Existe un inconveniente con este tema y es que hay empresas que no disponen de una solvencia económica suficiente como para elegir un SGBD de los mencionados anteriormente; esto ha llevado a diferentes grupos desarrolladores, a buscar nuevas alternativas en el mercado que además de respaldar un SI, también permita cubrir todas las necesidades del diseño. Como alternativa, las organizaciones han decidido optar por el software libre y sus herramientas se han convertido en una gran posibilidad de hacer buenos desarrollos a un menor costo y quizá con muchas más posibilidades; es muy alta la oferta que existe de SGBD con software libre, fácilmente se puede conseguir en Internet SGBD para todos los gustos

## **7.2. ANÁLISIS DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA**

A nivel nacional podemos encontrar Organizaciones como Fedesoft que buscan el desarrollo del sector a través de una estrategia global que promueve la sinergia de empresarios, academia, gobierno y otras entidades relacionadas para impulsar el desarrollo nacional basándose en las tecnologías de la información, posicionando a Colombia como productor de TI a nivel mundial. Según expertos de Fedesoft: “El país quiere fortalecerse en el desarrollo del sector tecnológico en un 70 % en los próximos años para lo cual se presumen relaciones entre la federación colombiana de la industria del software y las tecnologías de la información FEDESOFTE, y la asociación de servicios de información de Taipéi. CISA, ya se firmó un convenio de cooperación que tiene como objetivo la promoción de la industria de software y TI entre Taiwán y Colombia.

---

<sup>13</sup> Sector software en Colombia. [en línea]. En: Enciclopedia Wikipedia. [consultado el 4 DE Agosto de 2012]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Escalabilidad>

Según Valentino Tang, Representante de oficina comercial de Taipéi en Colombia: “Lo que se busca es que se fortalezca el desarrollo del sector tecnológico en un 70% en los próximos años para ambas partes. Lo cual garantizará el crecimiento de las empresas asociadas tanto a Fedesoft como a CISA. Este convenio garantiza que se dé reconocimiento a la labor de las empresas del sector en términos de intercambio de información. Debido a que el avance en desarrollo de software y hardware beneficia a todos los sectores económicos del país que utilizan día a día estas nuevas tecnologías, el acuerdo ayudaría a Colombia a mejorar sus cifras de industrialización en un 20% en el primer año. Como lo afirma Shao-Lin Hu, Directora de la división económica de la oficina comercial de Taipéi. ” Este convenio se renovará automáticamente cada año y no es exclusivo de ningún país, cada uno tiene plena libertad de pactar alianzas similares con otras instituciones de acuerdo a sus intereses.

CISA es una asociación sin ánimo de lucro fundada en 1983; que representa a la industria del software y servicios, relacionados en Taiwán, cuenta con más de 750 afiliados entre los que se encuentran empresas domésticas, compañías internacionales, institutos de investigación y desarrollo.

“Colombia es un país muy fuerte en desarrollo de software y Taiwán en desarrollo de hardware, por este motivo se busca ampliar la apertura de mercados entre empresas de sector del software y TI en ambos países y así aprovechar nuevas oportunidades comerciales que mejoren la competitividad colombiana” Asegura;<sup>14</sup>

El desarrollo de software en Colombia se encuentra en un vertiginoso crecimiento, es así como en los últimos cuatro años se han registrado ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor, más de 6 mil soportes lógicos. Pero lamentablemente el flagelo de la piratería hace que esta industria y el país entero pierdan anualmente alrededor de 272 millones de dólares. Es por eso que los creadores, las industrias y el Gobierno, no descansan en su deseo de generar entre los colombianos una cultura de respeto al derecho de autor. Lo cual no permite el crecimiento del sector del software en Colombia sino que por el contrario lo va desangrando quitando mercado a las empresas existentes y hasta acabar con muchas empresas; ya que con software copiados flagelados, son vendidos y las empresas los utilizan como si nada ahorrando millones de pesos;

---

<sup>14</sup> RESTREPO, Paola. Presidente ejecutiva de Fedesoft. VARGAS, Andrés Felipe. Valor del sector de las TI por más de \$280 millones de dólares. Edición: PUERTA, Carlos Mario, Director de TI Fedesoft. [en línea]. Santiago de Cali [Consultado Marzo de 2011]. Disponible en internet: <http://www.fedesoft.org/content/el-sector-del-software-y-ti-genero-ventas-por-mas-de-us280-millones-durante-el-2011-0>.

robándole dinero al gobierno y al mercado también a las empresas productoras de software, no pagando IVA, ni impuestos, es un delito penalizado.

Actualmente Colombia cuenta con aproximadamente 2.800 empresas nacionales la cuales son reconocidas en el sector ante diferentes empresas de diversos sectores como: entidades gubernamentales, comercio ,industria manufacturera, transporte, almacenamiento, comunicaciones, electricidad, agua, gas, agricultura, caza, pesca. Dentro de estos sectores podemos encontrar empresas como Carvajal tecnología y servicios, la cual es Assenda.<sup>15</sup>

A pesar de tener un gran potencial, la industria del software en Colombia aún no encuentra su norte. Hay una alta concentración en el mercado interno, existe gran escasez de recursos financieros, estos factores mencionados hacen que el posicionamiento de la industria nacional sea más difícil; sin embargo existen posibilidades con el TLC de que se tenga acceso a las tecnologías a un precio más económico y por medio de alianzas y convenios con otros países.

La industria del software en Colombia genera empleos especializados y con elevadas remuneraciones no solo a editores de software sino también en las actividades del sector primario (suministros de material, fabricación y servicios de comercialización), y en las del sector secundario (distribución próspera, formación, capacitaciones y servicios de asistencia. Además de los empleos asociados a la venta de los productos, existe una fuente de empleo sustanciosa en los servicios relacionados, que incluyen asistencia, instalación y personalización, formación, programación y desarrollo de software.

---

<sup>15</sup> MALLARINO, Gonzales. Proveedores de hardware en Colombia. 4ta ed. 2010. [en línea]. Colombia. [consultado 15 de Noviembre de 2014]. <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2010-proveedores-y-distribuidores-hardware-de-Colombia.html>

## 8. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL FOCUS GROUP, HOTEL RADISSON

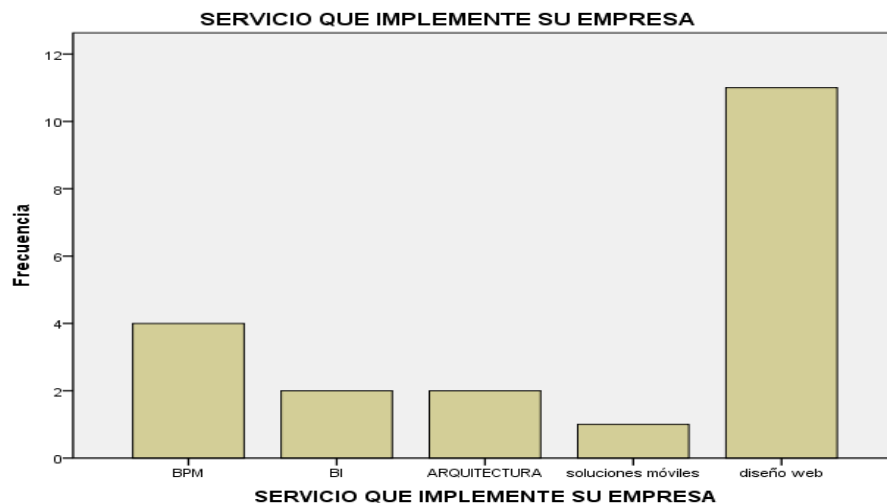
Tabulación de las encuestas, gráficos de barras.

Pregunta 1.

Tabla 1. Servicio que implemente su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BPM	4	20,0	20,0	20,0
	BI	2	10,0	10,0	30,0
	ARQUITECTURA	2	10,0	10,0	40,0
	soluciones móviles	1	5,0	5,0	45,0
	diseño web	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Gráfico 2. Servicio que implemente su empresa.



Interpretación de la grafica. El cuadro de frecuencias nos muestra los porcentajes en que se repitieron las respuestas en las preguntas realizadas a los directores de tecnología. Se puede observar que la mayor concentración de las respuestas se centra en el desarrollo del servicio de BPM y el diseño de páginas Web y

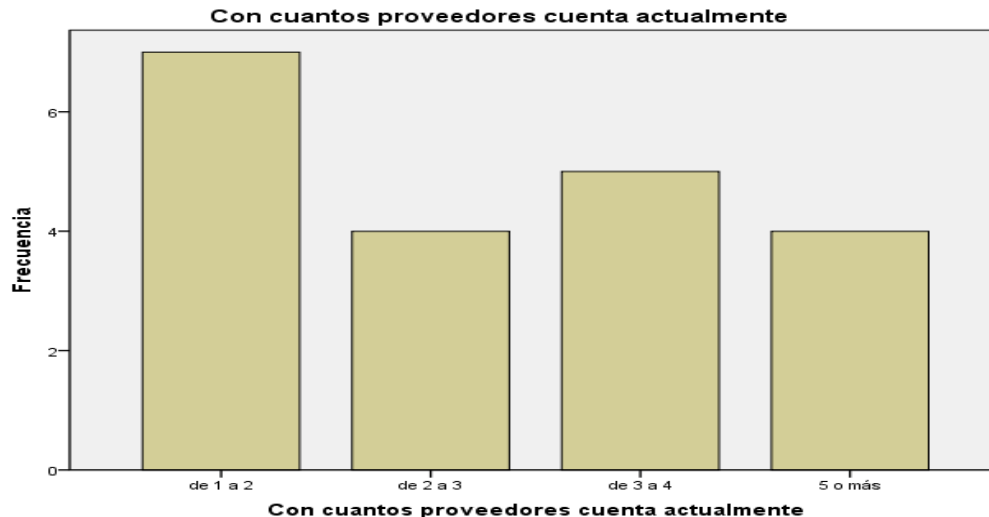
asesoramiento publicitario. Los porcentajes válidos acumulados fueron de 20% y 55% respectivamente. Los que nos da a entender que de la muestra que escogimos al redor del 55% de ellos se inclina por que la empresa Geniar comience a introducir en el portafolio el diseño de páginas web.

Pregunta 2.

Tabla 2. ¿Con cuántos proveedores de tecnología cuenta actualmente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1 a 2	7	35,0	35,0	35,0
	De 2 a 3	4	20,0	20,0	55,0
	De 3 a 4	5	25,0	25,0	80,0
	5 o Más	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Gráfico 3, ¿Con cuántos proveedores de tecnología cuenta actualmente?



Interpretación de la gráfica. De la muestra que escogimos podemos observar que el 35% de las respuestas se centran en que la mayoría de los clientes potenciales de Geniar cuentan actualmente con 1 o 2 proveedores de tecnología en su mayoría. No obstante algunas empresas por su tamaño y la dimensión de sus operaciones deben hacerlo con la ayuda de 2 a 3 proveedores interpretado con un

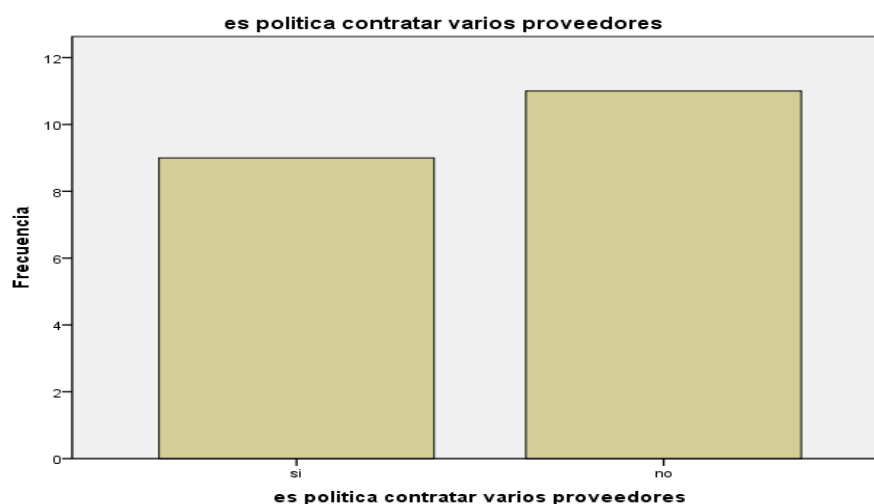
porcentaje del 20%. Un 25% para las empresas que cuentan con 3 a 4 proveedores y un porcentaje del 20% para las empresas que cuentan con 5 o más proveedores de servicios de tecnología en sus empresas.

Pregunta 3.

Tabla 3. ¿Es política contratar varios proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	9	45,0	45,0	45,0
	No	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Gráfico 4. ¿Es política contratar varios proveedores?



Interpretación de la gráfica. A la pregunta que si es política interna es decir; para entenderlo mejor que si es obligación de sus empresas contratar varios proveedores de tecnología las respuestas se inclinaron porque no es política contratar varios proveedores de tecnología por lo tanto las empresas pueden tener un solo proveedor y éste debe poder satisfacer todas las necesidades en un nivel integral.

Para la pregunta que si es política contratar varios proveedores la mayoría de las repuestas se concentraron en que no era una política interno de su código de trabajo sino que más bien era una elección que se tomaba de acuerdo a la



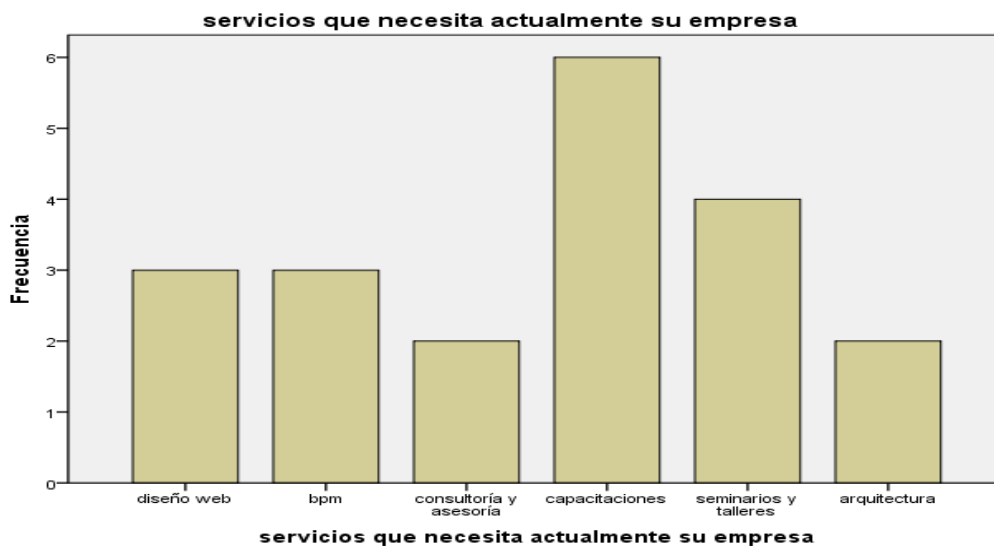
necesidad de sus empresas los porcentajes fueron de 45% dicen que si es política y un 55% dicen que no es política contratar varios proveedores de tecnología.

#### Pregunta 4

Tabla 4. ¿Servicios que necesita actualmente su empresa?

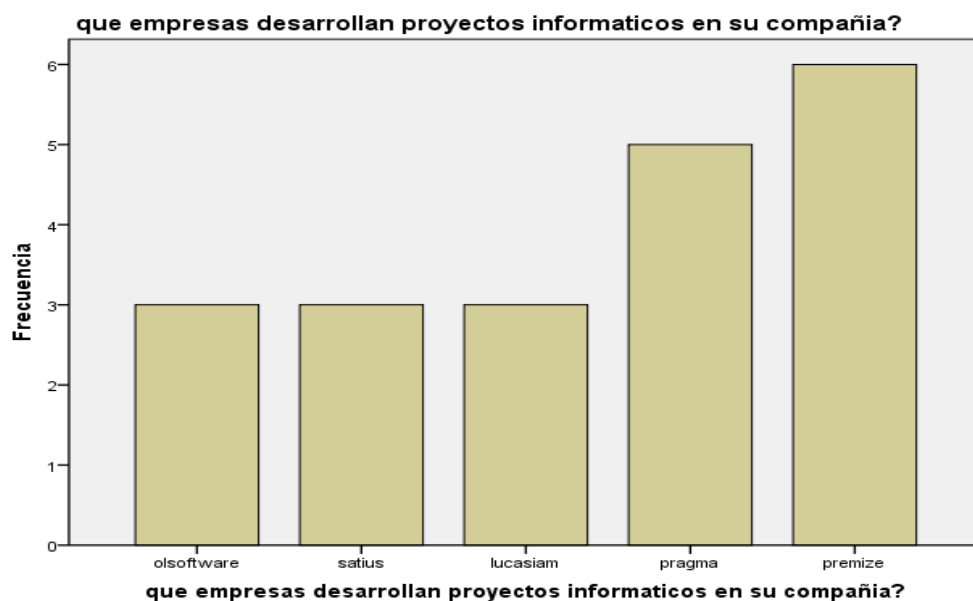
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	diseño web	3	15,0	15,0	15,0
	bpm	3	15,0	15,0	30,0
	consultoría y asesoría	2	10,0	10,0	40,0
	capacitaciones	6	30,0	30,0	70,0
	seminarios y talleres	4	20,0	20,0	90,0
	arquitectura	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Gráfico 5. ¿Servicios que necesita actualmente su empresa?



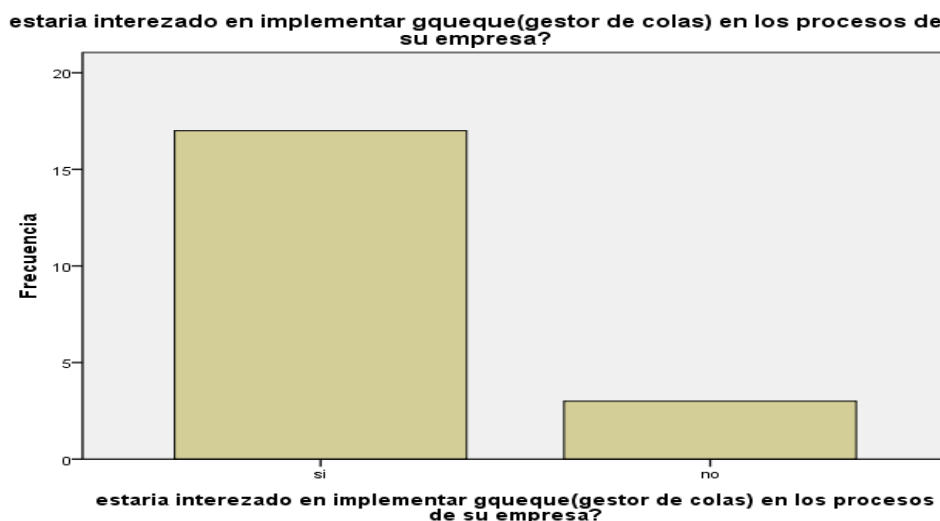
Interpretación de la gráfica. Los servicios que necesitan actualmente los gerentes y directores de tecnología y sistemas en las principales empresas en Cali que demandan este servicio dicen mediante la interpretación de las encuestas que lo que más necesitan sus empresas son capacitaciones (30%), no obstante también tiene una participación alta la demanda del servicio de seminarios y talleres (20%) dirigidos al personal de las empresas con el fin de actualizarlos en conocimientos de sistemas y puedan ejecutar mejor todos los procesos internos de sus empresas; No obstante diseño Web y Bpm tienen una participación grande en la tabla de frecuencias en los resultados porcentuales arrojados por estas. Consultoría y asesoría y arquitectura obtuvieron ambas un 10% de respuestas a favor lo que muestra poco interés de la muestra por este servicio. Diseño web y bpm tuvieron ambos 15% respectivamente ubicándolos en la segunda posición de aceptación por parte de la muestra.

Gráfico 6. ¿Qué empresas desarrollan proyectos informáticos en su compañía?



Interpretación de la grafica. Lo que la grafica nos muestra es que las empresas que tienen mayor participación en el mercado del software son Pragma y Premize; principal competencia de Geniar la empresa para la cual estamos llevando a cabo la investigación de mercados. Olsoftware, satius, lucaciam, estan empatados con un 30%, PRAGMA ocupa el segundo lugar con un 50% de participación en el mercado, mientras que premize lidera la participación en nuestro mercado potencial con un 60 % de participación lo que significa que es una empresa cuya estrategia comercial esta funcionando y tal vez se podria enriquecer el portafolio de productos y servicios de geniar.

Gráfico 7. ¿Estaría interesado en implementar Gqueue (gestor de colas) en los procesos de su empresa?



Pregunta 5.

Tabla 5. ¿Estaría interesado en implementar Gqueue (gestor de colas) en los procesos de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	17	85,0	85,0	85,0
no	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Interpretación de la gráfica. Podemos observar que el 85% de las respuestas de los encuestados fueron positivas lo que muestra aceptación del producto gqueque para los procesos de sus empresas , por el contrario encontramos un 15% de respuestas negativas hacia el gqueque como gestor del meejoramiento operacional de las empresa. sin embargo del total de las encuestas 17 respuestas fueron de aceptación hacia el programa. Y tan solo 3 respuestas fueron negativas.

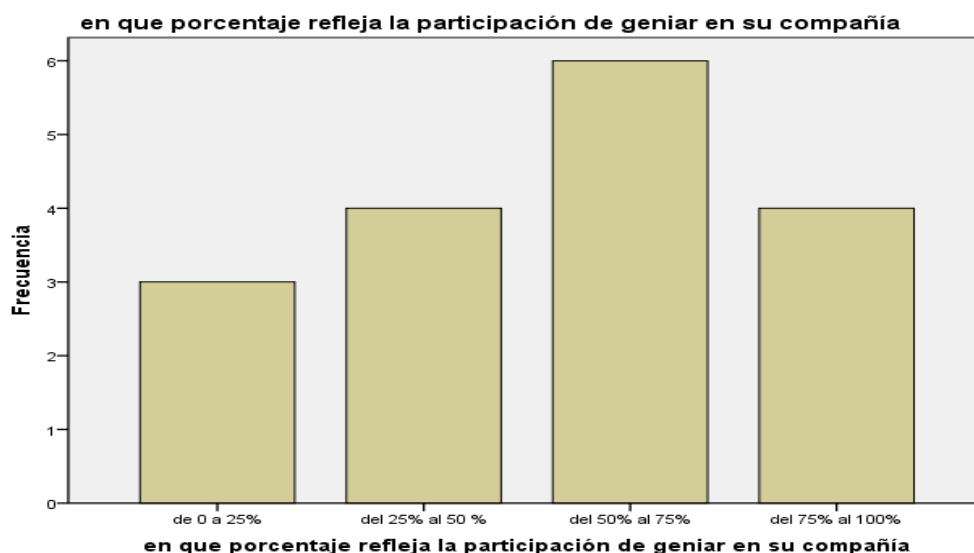
En este punto cabe resaltar que dentro de la tabulación habian cuestionaron en los cuales se paraba de responder la encuesta en el caso que despues de la capacitacion y del desayuno y de la aplicación de la encuesta los encuestados desisitian su interes ppor el nuevo programa.

Pregunta 6.

Tabla 6. ¿En qué porcentaje refleja la participación de geniar en su compañía?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	de 0 a 25%	3	15,0	17,6	17,6
	del 25% al 50%	4	20,0	23,5	41,2
	del 50% al 75%	6	30,0	35,3	76,5
	del 75% al 100%	4	20,0	23,5	100,0
	Total	17	85,0	100,0	
Perdidos	Sistema	3	15,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 8. ¿En qué porcentaje refleja la participación de geniar en su compañía?



Interpretacion de la gráfica. Según la muestra encuestada la mayor frecuencia de respuestas se encuentra en que geniar tiene una participación del 50 al 75% como proveedores de tecnología para las empresas .Las respuestas de 0 a 25% de participación tuvieron una participación del 17,6%, del 25% al 50% y del 75% al 100%, tuvieron un porcentaje valido de respuestas del 23,5%, finalmente la tercera opción de respuesta fue la que mayor porcentaje de respuestas en acuerdo con el 50 al 75% de participación en sus empresas con un porcentaje válido de 35,3%.

Pregunta 7.

Gráfico 9. ¿Cuáles necesidades en su empresa no han sido satisfechas por ningún proveedor?



Tabla 7. ¿Cuáles necesidades en su empresa no han sido satisfechas por ningún proveedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bpm	2	10,0	11,8	11,8
	Bi	5	25,0	29,4	41,2
	Arquitectura	4	20,0	23,5	64,7
	desarrollo web	6	30,0	35,3	100,0
	Total	17	85,0	100,0	
Perdidos	Sistema	3	15,0		
Total		20	100,0		

Interpretación de la gráfica. Para la respuesta BPM(Bussiness procces management) la frecuencia de respuestas fue de 3 y un porcentaje válido de 11,8%, para BI(Bussiness Intelligence) la frecuencia de respuestas fue de 5 para un porcentaje válido de 29,4%, desarrollo web con un 35,3 % fue el servicio que mas necesitan las empresas a las cuales les aplicamos el focus group y las encuestas.

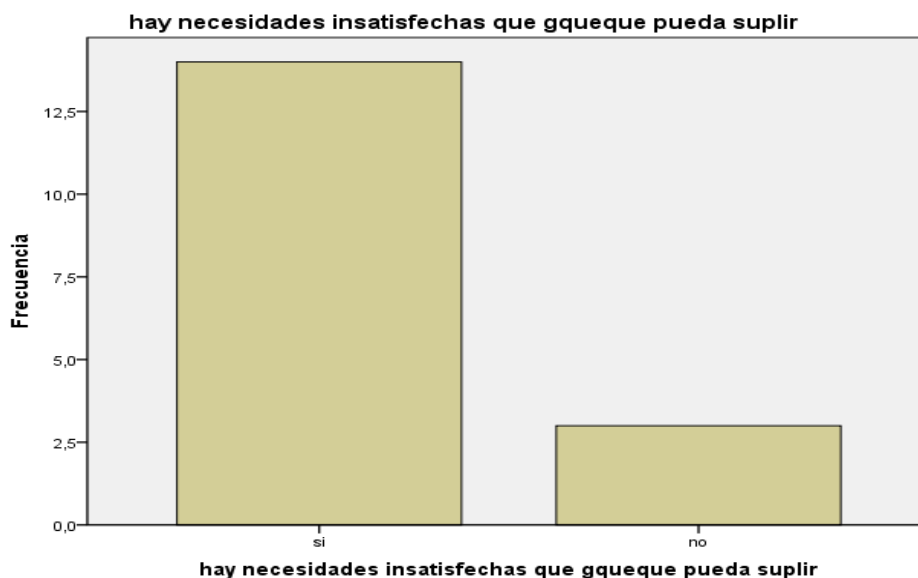
No obstante cabe resaltar que arquitectura con un 23,5% demuestra la importancia en los procesos.

## Pregunta 8

Tabla 8. ¿Hay necesidades insatisfechas que Gqueue pueda suplir?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	14	70,0	82,4	82,4
	no	3	15,0	17,6	100,0
	Total	17	85,0	100,0	
Perdidos	Sistema	3	15,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 10. ¿Hay necesidades insatisfechas que Gqueue pueda suplir?



Interpretación de la gráfica. El 82,4 de las respuestas de las encuestas corresponden a la capacidad de gqueue de satisfacer necesidades y mejorar el

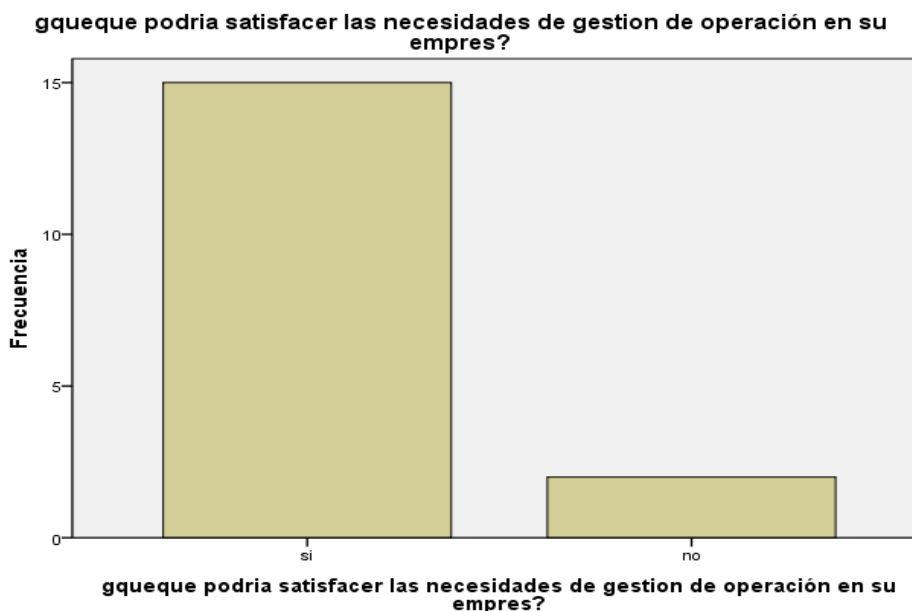
rendimiento operativo de las empresas, es decir que los encuestados consideran que gqueue podría ayudar a mejorar el rendimiento en las empresas, por el contrario un 17,6% consideran innecesario gqueue en el mejoramiento de los procesos internos de sus empresas

#### Pregunta 9

Tabla 9. ¿Gqueue podría satisfacer las necesidades de gestión de operación en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	15	75,0	88,2	88,2
	no	2	10,0	11,8	100,0
	Total	17	85,0	100,0	
Perdidos	Sistema	3	15,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 11. ¿Gqueue podría satisfacer las necesidades de gestión de operación en su empresa?



Interpretaci3n de la gr3fica. El 88,2% consideran que el gqueue ser3a util en el mejorameinto de procesos internos en las empresas con una frecuencia de 15



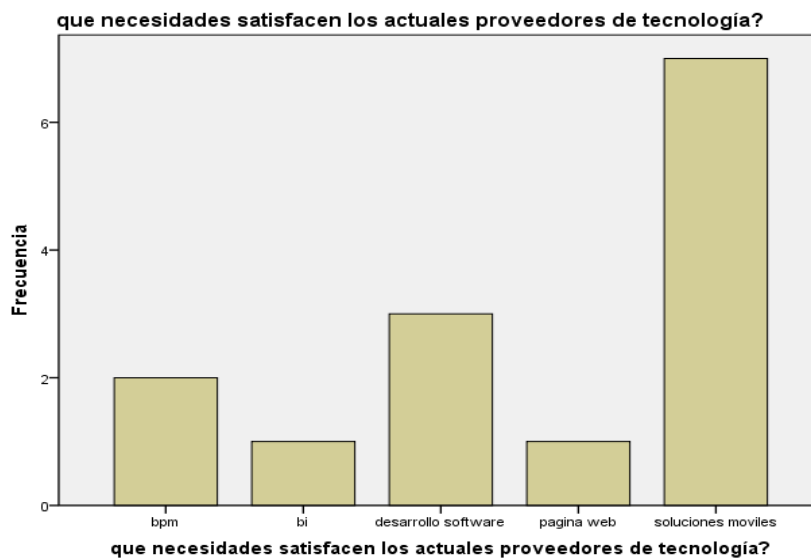
respuestas a favor, y por el otro lado una frecuencia de 2 respuestas a favor con un 11,8 % demuestra la no aceptación hacia que el uso del gqueque mejore procesos en las empresas.

Pregunta 10.

Tabla 10. ¿Qué necesidades satisfacen los actuales proveedores de tecnología?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BPM,	2	10,0	14,3	14,3
	BI y	1	5,0	7,1	21,4
	Desarrollo Software	3	15,0	21,4	42,9
	Página web	1	5,0	7,1	50,0
	soluciones móviles	7	35,0	50,0	100,0
	Total	14	70,0	100,0	
Perdidos	Sistema	6	30,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 12. ¿Qué necesidades satisfacen los actuales proveedores de tecnología?



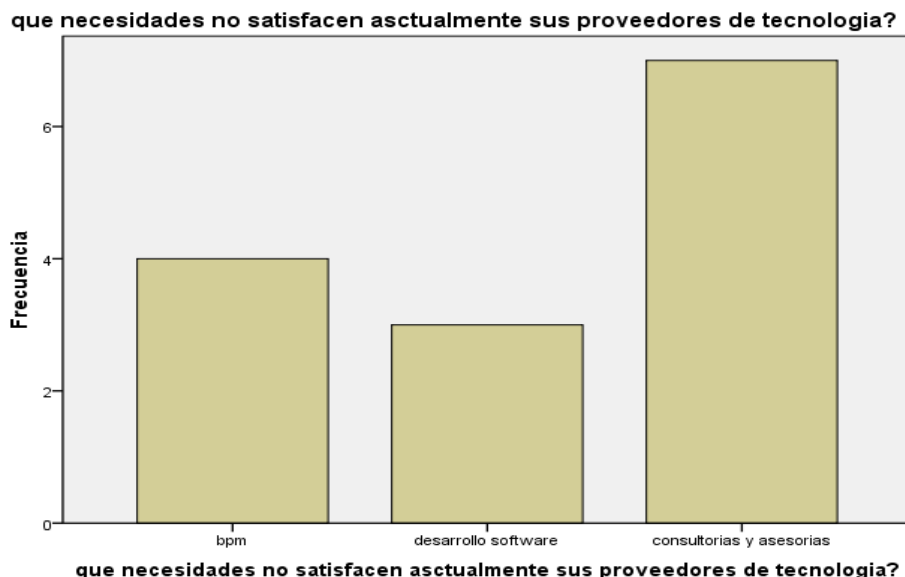
Interpretación de la gráfica. Los actuales proveedores De tecnología de las empresas que encuestamos , y quienes a la vez son competencia nuestra en el momento están desarrollando proyectos correspondientes a soluciones móviles y desarrollo de software en su mayoría cuyos porcentajes se relacionan a continuación respectivamente 50% y 21,4%, en Bpm.

Pregunta 11.

Tabla 11. ¿Qué necesidades no satisfacen actualmente sus proveedores de tecnología?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BPM	4	20,0	28,6	28,6
	desarrollo software	3	15,0	21,4	50,0
	consultorías y asesorías	7	35,0	50,0	100,0
	Total	14	70,0	100,0	
Perdidos	Sistema	6	30,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 13. ¿Qué necesidades no satisfacen actualmente sus proveedores de tecnología?



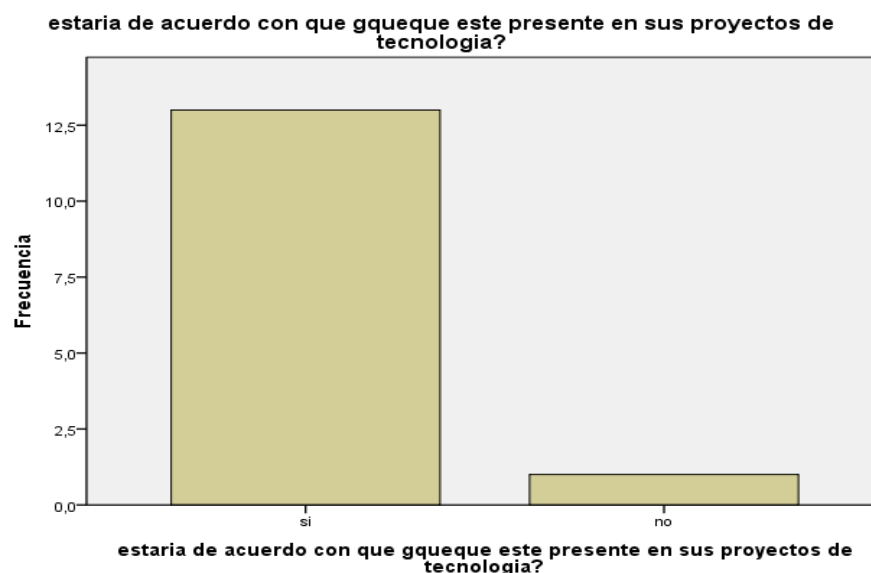
Interpretación de la gráfica. Actualmente las oportunidades para nuestra empresa se centran en consultorías y asesorías ya que tiene un 50% de aprobación lo cual garantiza la aprobación por parte de la muestra encuestada, El otro servicio es el BPM al cual le dieron un 28,6% de aprobación lo que significa que este tambien podria ser un servicio que al enfocarlo volvería mas competitiva a Geniar. Por último se ubica el desarrollo de software a la medida para las empresas con un porcentaje válido del 21,4%.

Pregunta 12.

Tabla 12. ¿Estaría de acuerdo con que Gqueue esté presente en sus proyectos de tecnología?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	13	65,0	92,9	92,9
	no	1	5,0	7,1	100,0
	Total	14	70,0	100,0	
Perdidos	Sistema	6	30,0		
Total		20	100,0		

Gráfico 14. ¿Estaría de acuerdo con que Gqueue esté presente en sus proyectos de tecnología?



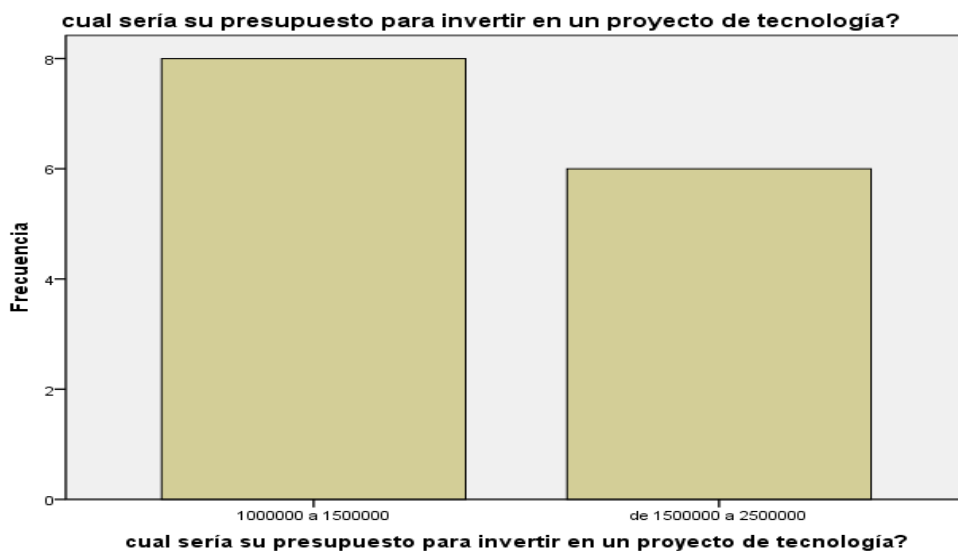
La mayoría de las empresas presentes en la sesion de grupo manifiestan estar de acuerdo con la implementacion de Gqueue en los procesos operativos de las diferentes empresas.

Pregunta 13.

Tabla 13. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en un proyecto de tecnología?

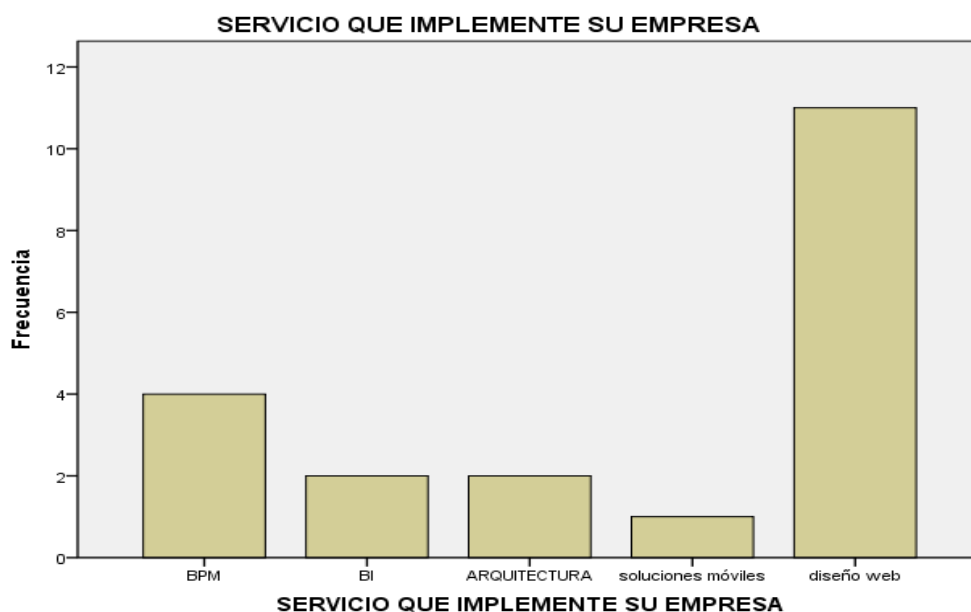
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1000000 a 1500000	a	8	40,0	57,1	57,1
	de 1500000 a 2500000	a	6	30,0	42,9	100,0
	Total		14	70,0	100,0	
Perdidos	Sistema		6	30,0		
Total			20	100,0		

Gráfico 15. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en un proyecto de tecnología?



Interpretación de la gráfica. La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar de 1.000.000 a 1.500.000 con un 57,1% de porcentaje valido contra un 42,9 de porcentaje válido para el precio dispuesto a pagar de 1.500.000 a 2.500.000, lo cual es positivo ya que por lo menos consideran que la relacion precio-producto es buena.

Gráfico 16. Servicio que implemente su empresa.



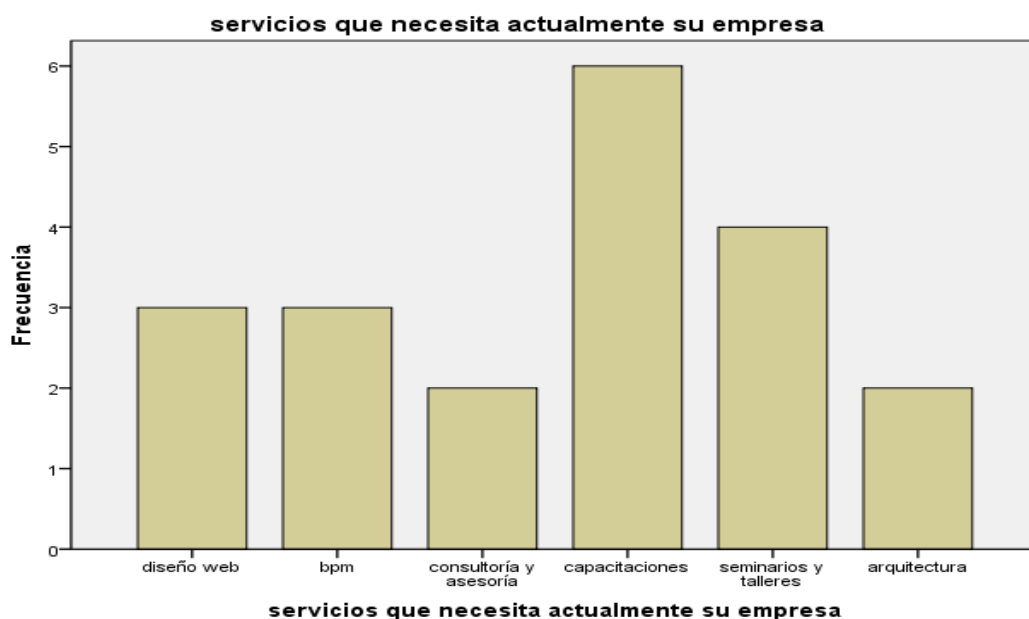
#### Pregunta 14

Tabla 14. ¿Qué otros servicios podría prestar Gqueue para satisfacer sus necesidades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diseño y posicionamiento web	8	40,0	50,0	50,0
	Consultorías y Asesorías	1	5,0	6,3	56,3
	aplicativos móviles	7	35,0	43,8	100,0
	Total	16	80,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	20,0		
Total		20	100,0		

Interpretación de la gráfica. Diseño y posicionamiento web es uno de los servicios mas requeridos por las pequeñas y medianas empresas, con un porcentaje del 50%, que corresponden a nuestra muestra no obstante aplicativos móviles tiene un porcentaje de 43,8% lo cual muestra la importancia de las soluciones móviles en los procesos internos de las empresas como herramienta positiva de optimización de procesos. Por otro lado un 6,3 % muestra que no sería de mucha aceptación consultorías y asesorías en el gestor de colas.

Gráfico 17. Servicios que necesita actualmente su empresa.



Una falencia que encontramos al realizar el focus group y aplicar las encuestas es que los proveedores de tecnología actuales no brindan el servicio de capacitaciones a sus clientes siendo este uno de los principales medios de transmitir el conocimiento y generar necesidades. Las consultorías, seminarios y talleres; tienen un alto grado de relevancia debido a que forman el talento humano otorgándole de capacidades intelectuales mejores, con herramientas actualizadas y métodos de vanguardia se prepara al talento humano para que éste brinde un excelente servicio a los clientes y sea un equipo muy productivo.

## **9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

En el segmento del software para pymes hay grandes brechas entre los competidores, dichas brechas pueden ser aprovechadas por GENIAR para obtener mejores resultados en su operación y por ende en sus utilidades. Para ello GENIAR debe tener cada vez más certificaciones que le permitan brindar mejores capacitaciones a sus clientes con esto fortalecer el segmento de asesorías y capacitaciones ya que éste presenta gran potencial de mercado para las empresas que actualmente demandan el servicio.

El diseño de páginas Web es algo que se debe implementar en la empresa debido a que el mercado lo requiere; hay grandes oportunidades para este producto y servicio.

Muestra un gran interés por parte de los encuestados en adoptar Geniar como su nuevo proveedor de tecnología.

El BPM y el desarrollo de software son proyectos que se deben implementar por la empresa para mejorar su portafolio y por ende ampliar la cobertura del mercado.

Pragma y Premize son competencia directa debido a que se encuentran actualmente desarrollando en clientes actuales de la empresa; debemos competir con ellos y robarles participación en el mercado para que así se pueda abarcar todas las necesidades del mercado y que éste encuentre en Geniar todos los beneficios que requiere.

Realizando este proyecto de investigación encontramos que Geniar debe ampliar su portafolio de productos y servicios para así lograr mejor penetración en el mercado actual y potencial; además de ayudar a fidelizar a los clientes.

Debe enfocarse mucho más en ganar participación de mercado con el producto Gqueue ya que es una solución para las pymes y los sectores salud, financiero y transporte que están en crecimiento.

También gracias a la investigación podemos observar que Geniar debe enfocarse en servicio al cliente; en satisfacer plenamente las necesidades del segmento con propuestas comerciales que beneficien a nivel integral las necesidades

insatisfechas de los clientes. La empresa debe mejorar la infraestructura para poder atender la demanda de los clientes a cabalidad y brindar un mejor servicio.



## **10. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

Geniar SA es una empresa fundada en el año 2006, ofreciendo desde entonces servicios especializados para la alineación y aplicación de tecnología informática y de inteligencia de negocios. Hoy en día se atienden clientes nacionales e internacionales en diferentes sectores productivos como son: La banca, los seguros, la manufactura, y el comercio, entre otros. Desde su concepción ha ido evolucionando, tratando de adaptarse a los cambios del mercado conforme a las nuevas innovaciones e introducción constante de productos y servicios de valores agregados.

Geniar desde su comienzo es una empresa que ha ido transformándose a través del tiempo, aumentando su tamaño y comprometida con la innovación y el mejoramiento continuo. Desde el comienzo la empresa se ha comprometido por tener una excelente gestión de calidad ofreciendo a sus clientes proyectos informáticos rentables garantizando el soporte técnico requerido para el uso, así como también modificaciones o actualizaciones que requiera el software.

Actualmente Geniar cuenta con un talento humano conformado por 50 personas los cuales están distribuidos de planta, y haciendo capacitaciones y consultorías o desarrollos de software en las empresas que corresponden a los clientes actuales; para ello la empresa cuenta con ingenieros de sistemas y los respectivos líderes de proyectos quienes son profesores de la universidad san buenaventura, y personas que tienen amplia experiencia en el manejo del sector, que conocen temas de deficiencias operativas para que puedan ser corregidas mediante un software diseñado a la medida.

Una situación que se presenta como una falencia de Geniar en su proceso para ganar participación y posicionamiento en el mercado es la carencia de una estructura organizacional bien definida, en donde haya un departamento comercial que actúe bajo unos objetivos claros, se establezcan estrategias y por consiguiente una serie de tácticas para el cumplimiento del objetivo general.

En busca de ser más competitiva, la empresa se alió estratégicamente con IBM, para distribuir sus soluciones y utilizar herramientas fabricadas por ellos para desarrollar software; Así es como Geniar puede ofrecer a sus clientes valores agregados de pertenecer a este gremio y tener derecho a las capacitaciones y eventos de negocios que se realizan en donde se convocan importantes empresas del sector en donde se puede dar alguna oportunidad de negocio.

## **10.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

El producto se llama Gqueue y es un producto que se desarrolla sobre una base de datos java y php propiedad de Oracle empresa que otorga una licencia a la hora que el software sea implementado por una empresa. Se trata de un software empaquetado que funciona para: Eliminar las colas físicas y mejorar el clima laboral; Agilizar el proceso de atención ; con el mismo ticket el cliente podrá ser atendido en diferentes áreas de servicio, mejorar la imagen de la organización ya que genera credibilidad y confianza, fidelizar a los clientes actuales aumentando la calidad del servicio, permite evaluar el rendimiento del recurso humano, a través de metas establecidas, permite gestionar la atención a los usuarios a partir de la gestión de colas, analizar el rendimiento de atención al público arrojando datos estadísticos que permitan tomar decisiones, capacitar a los ingenieros de TI tanto de clientes actuales como potenciales en el manejo , actualización, y supervisión del software ya instalado en la empresa, dar un toque de tecnología y vanguardismo a la empresa ya que con su implementación son más organizados y eficientes los procesos de atención.

## **10.2. ASPECTOS FINANCIEROS.**

**10.2.1. Aspectos Financieros. Objetivo de ventas para el año 2013.** Para una proyección de los componentes del estado de resultados es necesario hacer una estimación de los diferentes rubros que lo componen para ello se tuvieron en cuenta datos financieros de la empresa en los años anteriores así como también se tuvieron en cuenta los datos de las ventas. En base a los estados financieros e históricos de ventas los resultados obtenidos fueron los siguientes: En la investigación las ventas esperadas serán de \$800.000.000 con una ponderación del 20%, Menos costos de ventas con un valor de \$350.000.000 generan una utilidad bruta de \$450.000.000. Esos \$450.000.000 que quedan de utilidad bruta corresponden a un 20% a los cuales se les resta inversión en marketing y otros gastos administrativos que corresponde a \$ 170.000.000, para una utilidad antes de impuestos de \$280.000.000.

Tabla 15. Estado de Resultados proyectado para para Gqueue; Resultados esperados gracias a aplicación del plan en el periodo Enero-Diciembre de 2013.

	Valor en Millones de \$	Porcentaje de ventas
<b>Ventas esperadas</b> -	\$800.000.000	20%
<b>Costo de Ventas</b>	\$350.000.000	10%
<b>Utilidad bruta</b> -	\$450.000.000	20%
<b>Inversión en Marketing</b> -	\$90.000.000	15%
<b>Otros (Administrativos y operativos)</b>	\$80.000.000	15%
<b>Utilidades antes de impuestos</b>	\$280.000.000	20%
	280.000.000	100%

**10.2.2. Resumen histórico de ventas desde el año 2006.** Tomando como referencia la facturación anual de GENIAR se encuentra que ha tenido una facturación fluctuante debido a que han habido años muy buenos pero también pésimos, sin embargo lo importante es que han sido más los buenos momentos que ha pasada la empresa con sus productos y servicios que los años malos.

Tabla 16. Resumen histórico de ventas desde el año 2006 hasta el año 2010.

	ENERO- DICIEMBRE	ENERO- DICIEMBRE	ENERO- DICIEMBRE	ENERO- DICIEMBRE	ENERO- DICIEMBRE
<b>AÑO 2006</b>	<b><u>\$26.773.824</u></b>				
<b>AÑO 2007</b>		<b><u>\$271.810.193</u></b>			
<b>AÑO 2008</b>			<b><u>\$778.691.17</u> <u>6</u></b>		
<b>AÑO 2009</b>				<b><u>\$659.798.574</u></b>	
<b>AÑO 2010</b>					<b><u>\$633.274.960</u></b>

Estos valores corresponden a valores netos sin IVA ni demás impuestos.

En cuanto a la facturación para el año 2007 la empresa nos muestra un valor total de \$247.767.320, IVA de \$39.642.771, Total facturado: \$287.410.091, Rete fuente: \$28.741.009, Reteica \$287.410, Reteiva: 19.821.386, y un total consignado de: \$18.125.670 para trabajos realizados en octubre y noviembre de este año. Luego participan en los ingresos por ventas Tecnoquímicas y Gases De Occidente para un total global pactado de \$271.810.193.

Para el año 2008 la facturación de Geniar tuvo un aumento significativo para un total consignado de \$624.000.000, solamente para el mes de enero , Para el 21 de Febrero reporta un total facturado de \$10.486.800, Para el mes de marzo y el día 25 GENIAR obtuvo ingresos \$37.700.000, finalmente el año termina con valores de \$1.128.772.8. Sin embargo teniendo en cuenta todos los ingresos de GENIAR, la cifra total para el año 2008 es de \$778.691.176.

Para el año 2009 la mayoría de los ingresos fueron provenientes de la empresa Coomeva UTI, MP, EPSA, también este año la empresa muestra ingresos por el valor de \$10.252.800 gracias a trabajos realizados en Assenda, para este año la empresa muestra unos ingresos totales por \$659.798.574 que es una cifra muy buena para una empresa como GENIAR.

Los datos encontrados en la empresa mediante la investigación muestran la facturación hasta el año 2010. Para este año GENIAR se dedica a cosechar los frutos de su programa instalado en las empresas ya que dicho software requiere

de constante soporte para indicaciones sobre el uso y correcto manejo y análisis del programa. Para este año la empresa reportó un total facturado de \$633.274.960. Corresponden a Comfandi: \$53.482.080, Facturación Diego Gómez (Cliente Independiente), Coomeva facturación año 2010: \$526.976.880.

### **10.3. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES**

**10.3.1. Clasificación de las pymes.** En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

El aporte de la micro, pequeña y mediana empresa industrial se refleja en estos indicadores:

La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de la MIPYME en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social.

La distribución geográfica de las unidades, establece que la PYME en términos generales sigue la misma tendencia del total de la industria manufacturera y reúne prácticamente el 70% en los cuatro principales centros productivos: Cundinamarca–Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Estudio las Mipymes en Colombia: Evolución, Desarrollo, y Fomento. Estudio publicado el 21 de Agosto de 2007, [en línea]. [consultado el 24 de Marzo de 2012]. Disponible en internet: [www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...](http://www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...)

**10.3.2. Número de establecimientos de las pymes.** Según datos de Confecámaras, en el 2005 Existían en Colombia 43.242 pequeñas empresas y 8.041 medianas.<sup>17</sup>

Según el DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, en su primera encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria realizada en el último trimestre de 2001, en el año 2000 en Colombia existían 967.315 micro establecimientos, de los cuales el 58% estaba en el comercio, el 30 por ciento en servicios y el 12.5 por ciento en la industria.<sup>18</sup>

Durante ese periodo, los micro establecimientos generaron 1.094.755 empleos, lo que sería equivalente a 1.1 empleos por establecimiento.

La relación de empleo por establecimiento es del 1.8 por ciento en el sector comercio, 2.8 por ciento en la industria y 2.5 por ciento en los servicios.

La encuesta señala también que en el 2000 existían alrededor de 7.600 establecimientos industriales con más de 10 trabajadores y 120.785 microempresas.

En el comercio, los establecimientos con más de 20 trabajadores totalizaban 3.832, ocupaban a 215.818 personas y realizaban ventas por 40.2 billones de pesos. Los micro-negocios con no más de 10 trabajadores eran 558.000, generaban 556.775 empleos y registraban ventas de 8 billones de pesos.

Tabla 17. Micro establecimientos y empleo.

Sector	Establecimientos	Trabajadores
Comercio	557.759	630.267
Servicios	288.771	381.328
Industria	120.785	156.653
Total	967.315	1.168.248

Fuente: DANE; Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, consultado el 27 de Marzo a las 9: 15 Am, Abaco net Group, Acopi, Asociación Colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas.

<sup>17</sup> Confecámaras. [en línea]. [consultado el 4 de Agosto de 2012], Disponible en internet: <http://www.confecamaras.org.co/>

<sup>18</sup> Dane, [en línea]. [consultado el 24 de agosto de 2012]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=333&Itemid=59](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=333&Itemid=59)

**10.3.4. Calificación de calidad.** Las Pymes han avanzado en los últimos cuatro años muy positivamente en sus programas de certificación de calidad, en programas que han estado monitoreados por ACOPI. Aproximadamente 1.200 pequeñas y medianas empresas han logrado en los últimos cuatro años su certificación de calidad.

En Cali hay 1.4 millones de PYMES rurales. Dan ocupación al 74% de la población económicamente activa (5.6 millones de trabajadores). El 78% de las PYMES urbanas se encuentran organizadas como “Persona Natural con negocio propio. El 75% de las Pymes urbanas no cuentan con licencia de funcionamiento; El 78% de las PYMES urbanas están organizadas como “persona natural con negocio propio”. El 75% de las PYMES urbanas no cuenta con licencia de funcionamiento.

La mayoría de las personas del sector PYMES pertenecen a niveles socio económicos bajos. El ingreso aportado por la unidad productiva representa el principal o único ingreso familiar.

Se observa que las PYMES urbanas se concentran en los sectores de: comercio, servicios, transporte, e industria.

El cuadro que se observa a continuación muestra la actividad de las pymes, en cuanto a su participación por actividad económica: <sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Estudio las Mipymes en Colombia: Evolución, Desarrollo, y Fomento. Estudio publicado el 21 de Agosto de 2007, [en línea]. [consultado el 24 de Marzo de 2012]. Disponible en internet: [www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...](http://www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...)

Cuadro 2. Participación de las PYMES por actividad económica.

Actividad Económica	Número de Pymes Estimadas.	%	Numero de Pymes contribuyentes.	%
Agropecuaria	1'380,000	45	42,746	3
Manufactura	255,000	8	125,688	10
Comercial	1'120,000	36	534,556	44
Servicios	345,000	11	519,199	43
Total	3'100,000	100	1'222,189	100

Fuente: Datos elaborados por Consultora Maximize sobre la base de información de COFIDE y SUNAT.

La participación de las Pymes por actividad económica se centra en 4 sectores específicos que son: sector agropecuario, sector manufactura, sector comercial y el sector servicios. La participación de las Pymes por actividad económica se toma pero tomando como referencia el número de pymes estimadas para lo cual arroja los siguientes resultados: 1.380.000 para el sector agropecuario, 255.000 para el sector manufactura, 1.120.000 para el sector comercial y 345.000 para un total de 3.100.000 Pymes estimadas.

Por el otro lado encontramos número de pymes contribuyentes cuyos valores son los siguientes: para la industria agropecuaria son 42.746 pymes contribuyentes que corresponden al 3%, el sector manufactura con un numero de pymes contribuyentes de 125.688 que corresponde al 10%; también se encuentra el sector comercial cuyo número de pymes contribuyentes es de 534.556 que corresponde al 44% de las pymes contribuyentes y finalmente tenemos el rubro de servicios para el cual se puede encontrar un número de pymes contribuyentes de 519.199 que corresponde al 43% para un total de 1.122.189.

En cuanto al desarrollo sectorial de las Pymes encontramos que la gran concentración de la industria se encuentra en aquellos segmentos basados en el



aprovechamiento del recurso natural, tanto de origen agropecuario como de origen minero. Estos sectores representan el 71% de la producción industrial.

Encontramos que el manejo de los sistemas informáticos por parte de las pequeñas y medianas microempresas en el país es pésimo, según los resultados del primer estudio realizado en Colombia, sobre el uso de internet y nuevas tecnologías en pymes exportadoras.

Un estudio realizado por Telmex, Cisco e Interlat Group señala que el 81% de las pymes exportadoras no realizan ventas por internet o comercio electrónico y el 97% no conocen ni saben que es un e-marketplace.<sup>20</sup>

El Gerente del segmento Pymes de Telmex para Colombia, Janner Mauricio Monroy, manifestó que estas empresas tienen un desconocimiento de los reales beneficios que tienen las tecnologías en todo el tema de telecomunicaciones.

” Esto se debe primordialmente por factores como desconocimiento y falta de asesoría para la adopción de los nuevos modelos de informática en las empresas“, comentó Monroy.<sup>21</sup>

En Colombia, más de 600 pymes realizan operaciones de comercio electrónico y en los últimos años estas empresas han movido más de mil 850 millones de pesos por ventas en línea.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Emarketplaces una forma efectiva para vender. [en línea]. Artículo publicado en Junio 2 de 2009, [consultado 07 Octubre de 2015]. Disponible en internet: [http://www.emercadeo.net/post/eMARKETPLACES\\_una\\_forma\\_muy\\_efectiva\\_de\\_vender](http://www.emercadeo.net/post/eMARKETPLACES_una_forma_muy_efectiva_de_vender)

<sup>21</sup> PUERTA, Carlos Mario. Pymes carecen se sistemas informáticos. [en línea]. [Consultado el 3 de mayo de 2012]. Edición noticias caracol, <http://actualicese.com/noticias/caracol-las-pymes-carecen-de-sistemas-informaticos>

<sup>22</sup> Ídem.

#### 10.4. PRINCIPALES COMPONENTES HARDWARE PARA EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE COLAS

El software para su correcta aplicación debe ir acompañado de un hardware que es el que finalmente ejecuta las órdenes del software llevando a cabo las tareas; el hardware necesario para la gestión de filas es:

**Pantalla Touch:** Es una pantalla táctil que puede ser adaptada a el diámetro de una pantalla normal y cuyas principales características es que con solo tocar la pantalla se puede seleccionar la opción a la cual se desea ingresar. La empresa solo circuitos es fabricante de pantallas Touch y puede ser un proveedor nuestro debido a que se encuentra ubicado en la ciudad de Cali.

**Pulsador:** Es el dispositivo mediante el cual las personas de cada puesto de trabajo llaman el turno siguiente; pulsando un botón inteligente que vota por medio de un dispositivo de audio el sonido que indica el turno siguiente.

**Pantallas LCD:** Es una pantalla delgada y plana formada por un número de píxeles en color o monocromos colocados delante de una fuente de luz o reflectora. A menudo se utiliza en dispositivos electrónicos de pilas, ya que utiliza cantidades muy pequeñas de energía eléctrica. El proveedor de estas pantallas será LG, se seleccionó a este proveedor gracias a la calidad de sus productos y la garantía y respaldo que ofrecen, además que los precios son muy buenos en relación con su calidad.

**Calificador:** Tienen como objetivo informar a los usuarios, a través de un valor numérico, sobre la calidad de la información que generan las empresas para dar atención a sus clientes, se basa más que todo en calificar el servicio en 3 aspectos: Bueno, Regular, Malo; y así poder tomar decisiones que mejoren la implementación del software.

**Impresora:** Se trata de un hardware por medio del cual se obtienen imágenes y textos impresos en hojas del tamaño deseado. Como proveedor de impresoras para Geniar se ha escogido HP gracias a que en Colombia maneja excelentes precios de distribución que hacen más estratégica la alianza con ellos que con otros proveedores.

Por medio del hardware mencionado anteriormente el GQueue puede llevarse a cabo en las empresas mejorando todos los procesos operativos y de atención a los clientes.

## **10.5. ¿QUÉ ES LA PIRATERÍA DE SOFTWARE?**

Según lo explica la alianza de los negocios de software la piratería incluye la copia, la distribución y el uso no autorizado de software protegido por el derecho de autor. Esto puede llevarse a cabo al copiar, descargar, compartir, vender, usar o instalar múltiples copias en equipos personales o laborales sin las licencias correspondientes. En el mercado se encuentra que muchas personas desconoce que cuando compran un software, lo que en realidad están comprando es una licencia para usarlo, y no el software en sí. La licencia es la autorización que le permitirá instalar el software una determinada cantidad de veces, por lo que es importante leer la licencia. Si instala más copias del software de lo que la licencia le permite, usted está incurriendo en actos de piratería, los cuales constituyen un delito.

**10.5.1. Principales tipos de piratería.** La piratería del usuario final: Es la forma más común de la piratería, el usuario final o la organización copian el software en más equipos de los que el acuerdo de la licencia permite (por defecto cada máquina que utiliza el software debe tener su propia licencia).

Piratería de carga de disco duro: Los distribuidores de equipos informáticos cargan previamente software sin licencia en los equipos y no suministran a sus clientes las licencias necesarias.

Piratería de falsificación y de CD-ROM: los vendedores ilegales, que con frecuencia se organizan en redes delictivas, transmiten software falso como si fuera auténtico, intentando emular el embalaje del producto con el nombre de la empresa y las marcas comerciales propietarias.

Piratería por Internet: se trata de cualquier tipo de piratería que implique la distribución electrónica no autorizada o la descarga desde Internet de programas de software con copyright.

Según un estudio global de piratería de software 2011 de Business software Alliance (BSA); Colombia bajó un punto en este índice mundial, al pasar de 54% al

53% obteniendo un record en pérdidas por cerca de de 295 millones de dólares por culpa del software pirata en PC.

En América Latina, el índice de piratería fue del 61% durante el 2011, registrando pérdidas económicas por 7.459 millones. Mientras que en el nivel mundial el índice de piratería estuvo alrededor del 42% en promedio, con un valor comercial de software pirateado por el orden de los 63,4 billones de dólares.

La piratería de software persiste drenando la economía global, la innovación tecnológica y la creación de empleos,” declaró el presidente y CEO de BSA, Robert Holleyman. Por eso “los gobiernos deben tomar medidas para modernizar sus leyes de PI y expandir esfuerzos de fiscalización para garantizar que piratas de software enfrenten consecuencias reales”, precisó.

De acuerdo con el mismo estudio, el 57% de los usuarios de computadoras en el mundo admiten haber adquirido software pirata. El 31% por ciento dice que lo hace “todo el tiempo”, “la mayoría de las veces”, u “ocasionalmente” y otro 26% admite haber robado software, pero sólo “raramente”. Menos de cuatro de cada 10 usuarios (38%) dicen que “nunca” adquieren software que no sean totalmente autorizados.

“Si los consumidores admitiesen cometer robos – aunque sea pequeños o escasos – las autoridades reaccionarían y aumentaría la seguridad policial y las penalidades. La piratería de software exige una respuesta semejante: educación coordinada del público y fiscalización vigorosa,” declaró Martín Carranza, apoderado de los Miembros de la Business Software Alliance (BSA) en Colombia.<sup>23</sup>

En Colombia, desde el 2009, la DIAN ha intensificado sus esfuerzos en la revisión de software en las empresas según lo indica la Ley 603 de 2000,<sup>24</sup> por lo que desde esta fecha ha reportado 88 compañías ante la Fiscalía General de la Nación para ser investigadas por su uso ilegal. Para esto se ha trabajado en conjunto con

---

<sup>23</sup> The business software Alliance. [en línea]. [consultado el 3 de abril de 2012] Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-346704-pirateria-dejo-perdidas-al-pais-us295-millones>

<sup>24</sup> Supersociedades. [en línea]. [Consultado el 4 de marzo de 2012] Disponible en internet: <http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?MIval=sec&dir=47&id=734&m=td&a=td&d=depend>

la Dirección Nacional de Derechos de Autor y la BSA (Business software Alliance) para capacitar a sus funcionarios en esta labor.

Se dice que en Colombia por cada programa comprado legalmente, se adquiere uno pirata. El tema de la piratería parece ser todavía un tabú en Colombia. Muchos fabricantes y algunas entidades gubernamentales no hablan sobre el tema, pero este flagelo sigue en crecimiento, al punto en que de cada dos programas instalados en computadores en Colombia, uno es ilegal.

En Bogotá existen zonas en las que pueden conseguirse toda clase de programas informáticos, como por ejemplo la última versión de Office: se compra por 10.000 pesos, aunque su licencia original puede costar cerca de 70.000 pesos.

Así mismo, los usuarios pueden conseguir una licencia de Adobe Creative Suite 6 Design & Web Premium en 40.000 pesos. Si fuese legal, el precio sería de más de tres millones de pesos.

El presidente de la república, Juan Manuel Santos, afirmó durante el lanzamiento del programa 'Yo le juego limpio a Colombia', que la piratería es un flagelo que afecta el desarrollo del país y sirve para financiar grupos ilegales en Colombia.

Los expertos en seguridad informática de Websense hacen énfasis en que por cada programa pirata que se descarga, otros más llegan al computador, infectándolo e instalando diferentes ataques que pueden recolectar datos del usuario o su información, y le permiten al delincuente controlar el equipo a distancia.

## **10.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Los principales compradores y usuarios de Gqueue son empresas que manejan alto flujo de clientes en los puntos de atención. Por lo menos las IPS como Coomeva demandan de un software para gestionar las citas los turnos, las llegadas, los tiempos de atención, en pocas palabras una herramienta que ayude a organizar y manejar de manera lógica y sistemática la información de manera que el rendimiento de cada puesto de trabajo aumente. Pero el producto no solo aplica para el sector salud, también aplica para el sector financiero y el sector transporte que al igual que el sector salud demandan de alto flujo de personas que por lo general están esperando su turno de manera desorganizada lo que da mal

aspecto a la empresa y no una imagen de vanguardia y comprometidos con el servicio al cliente como debería de ser.

Se pueden identificar dentro de los segmentos meta de Gqueue algunos clientes potenciales de otros productos y servicios que ofrece la empresa como el de BPM, o el de BI, por medio de auditorías y consultorías la empresa puede ampliarse mercado atacando otros segmentos. En Tecnoquímicas Geniar actualmente lleva a cabo procesos de BPM, sin embargo en este proyecto solo nos enfocaremos en Gqueue.

Para el desarrollo del plan se utilizará una segmentación de mercados industriales que consiste en identificar compradores que posean determinadas características que sean atractivas para las soluciones que presenta la empresa y que estén relacionadas con una probable compra de los productos y/o servicios de la organización.

Inicialmente el producto va a estar enfocado en Cali a los segmentos financiero, Salud y transporte no obstante se pretende atacar otras plazas como Medellín y Bogotá y otro segmento que es el segmento de las Pymes que es un segmento que se encuentra en crecimiento y también que está requiriendo soluciones informáticas debido a que la mayoría tienen procesos de software obsoletos. Los clientes del producto GQUEUE son empresas pequeñas y medianas que requieran de sistemas informáticos o software para mejorar la productividad, son empresas que quieran estar a la vanguardia de las nuevas tendencias en tecnología para cada vez mejorar su servicio y a la vez su rentabilidad disminuyendo costos; ya que sistematizando toda la información se facilitan todos los procesos operativos internos de la empresa ampliando a la vez la capacidad de flujo de clientes y ocupación en otras tareas por parte del personal de la empresa. Se trata de brindar un sistema funcional y lucrativo también para la empresa ya que con las tecnologías que se ofrecería las pantallas de los gestores de las colas servirían también para publicitar mensajes y así las personas que están esperando ser redirigidas podrían leer todos los mensajes y de esta manera conseguir que empresas pauten para que sus productos y servicios sean conocidos por los clientes.

Los esfuerzos deben dirigirse a hacia los jefes de tecnología de las empresas seleccionadas debido a que son ellos quienes manejan el lenguaje tecnológico y de informática necesario para entender y dimensionar la utilidad que podría brindar una herramienta muy útil como lo es un software en todos los procesos internos de sus empresas y son quienes crean la necesidad en el Gerente de la compañía persuadiéndolo por adquirir el producto. Por medio de charlas,

consultorías y asesorías especializadas y enfocadas a necesidades específicas. La idea es realizar sesiones de grupo en donde se convoque a los jefes de tecnología de las diferentes empresas del mercado potencial de la empresa así hacer una retroalimentación por medio de charlas de temas de tecnología para que de esta manera se pueda facilitar una negociación.

El mercado del software está en crecimiento, cada día ingresan más empresas al mercado y las que están se fortalecen; la clave para sobrevivir en el mercado del software es estar a la vanguardia de la tecnología por lo tanto deben innovar constantemente. Dentro de los segmentos meta de GQUEUE están el sector Salud y el sector Financiero.

El segmento de las Pymes se divide en distintos sectores productivos que se agrupan de acuerdo a su actividad. Existen 7 sectores productivos relevantes en el segmento de las Pymes: sector construcción, sector agricultura, ganadería y pesca, sector intermediación financiera, sector minería; y 3 grandes sectores en donde se acumula la mayor actividad productiva que son: comercio, servicios industria manufacturera, comercio electrónico y exportaciones.

El sector financiero corresponde a una gran parte de nuestro mercado potencial ya que son establecimientos que manejan alto flujo de personal; por medio del GQUEUE estas empresas podrán organizar a las personas en sillas de manera que no tengan que estar paradas, dar prioridades en los turnos si así lo requiere el caso, compartir información con los usuarios y además obtener el valor agregado de lucrarse al buscar pautas publicitarias en las pantallas del software instalado en la empresa, dar prioridades en los turnos, entre otras.

Existen 2 versiones del GQUEUE una versión estándar y una versión plus; ésta última mucho más completa con funcionalidades como dirigir los turnos a los puntos de trabajo; recolectar información sobre la atención y analizar cada puesto de trabajo tomando tiempo y otras características que al final se arroja una estadística que muestra finalmente el resumen de todos los puntos de trabajo con los tiempo y características del puesto.

Las fuerzas del equipo de ventas se enfocan en ciudades como Medellín y Bogotá debido a que para los segmentos objetivo la toma de decisiones de tipo tecnológico se centralizan en esas ciudades.

## 10.7 ANÁLISIS DEL SECTOR BANCARIO

El sector bancario colombiano está de moda y los grandes inversionistas han puesto sus ojos en el mercado, con el fin de sacar el mayor provecho de las oportunidades que se están presentando.

La mayoría son extranjeros sin embargo por Colombia está el Grupo Santo Domingo que está dispuesto a meterse en la puja por ampliar su presencia en el sector financiero de Colombia.

En medio de la ebullición y reordenamiento que está viviendo el sistema financiero local, se puede vislumbrar una clara confrontación entre los actores bancarios principales para quedarse con una tajada más grande.

El sector financiero ha crecido en grandes proporciones y es justo en este punto de su desarrollo, cuando el crecimiento de las entidades empieza a ser más lento y mucho más desafiante, por lo cual el orden natural es lograr crecer por medio de adquisiciones y asociaciones que permiten tener una porción más grande del mercado.

Es un proceso de consolidación que ha venido sucediendo en los últimos años. Si se mira cuantos bancos había hace una década la cifra era muy superior. Hoy en día existen grandes grupos que controlan el mercado.

El sector financiero de Colombia vive su momento de auge, a diferencia del sombrío escenario de la banca en los países desarrollados, y apunta a convertirse en un campo de batalla para actores extranjeros, al tiempo que las sólidas entidades buscan expandirse en la región. La principal entidad en la lista de espera sería banco Do Brasil.

El bajo nivel de bancarización en Colombia de un 43,8 por ciento según la Corporación Andina de Fomento (CAF), inferior al 51,3 por ciento en promedio de Latinoamérica, es el principal atractivo para los jugadores internacionales que además elogian la regulación del sistema financiero.

Por otra parte, el crédito muestra un crecimiento anual que quintuplica al de la economía y existe sólo una pequeña participación del sector extranjero, que posee



una quinta parte de los activos de la torta bancaria de unos 140.000 millones de dólares, equivalente a un 46,5 por ciento del PIB del país.

Un factor decisivo para el pujante mercado financiero colombiano fue la recuperación del grado de inversión del país este año, después de haberlo perdido una década atrás, que disparó la inversión extranjera directa y de portafolio, un apetecido botín para los intermediarios financieros.

El gremio destacó como únicas trabas para un mayor desarrollo de la banca los límites a las tasas de interés y un gravamen a las transacciones financieras que frenan la inclusión y la profundización, algo con lo que ya aprendieron a vivir las entidades que continúan reportando multimillonarias utilidades.<sup>25</sup>

El saldo de la cartera neta de créditos en Colombia a octubre pasado subió un 24,4 por ciento anual a 93.672 millones de dólares muy por encima del 12 por ciento en que aumentaron las colocaciones en Chile, uno los mercados financieros más maduros de la región.

Mario Chamorro, gerente general del chileno CorpBanca afirma, que la semana pasada concretó la compra del 95 por ciento de la filial en Colombia del Banco Santander por 1.225 millones de dólares, argumenta que el tamaño del mercado fue una de las razones para incursionar al país.

"Creemos que es el mejor país hoy en día en perspectivas en América Latina, tiene un tamaño de mercado mucho más grande del que tenemos en Chile en términos de población que pueda acceder en algún momento a servicios financieros y tiene una institucionalidad respetable, todo eso hace un ambiente muy atractivo para invertir", explicó Chamorro a Reuters.

Contrario al Santander que salió de su unidad local para fortalecer su posición de capital en medio de la crisis de deuda europea, el español BBVA anunció que busca expandir sus negocios en Colombia y Chile, en donde ya opera.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> CHAMORRO, Mario. Gerente general del Banco Chileno Corpbanca. [en línea]. Artículo encontrado en la página Web de semana., publicado en 2011-12-15. [consultado 02 de Agosto de 2014]. Disponible en Internet: [www.semana.com](http://www.semana.com)

<sup>26</sup> Este año el canadiense ScotiaBank compró el 51 por ciento del colombiano Banco Colpatria por 1.000 millones de dólares; el Banco de Crédito del Perú adquirió también un 51 por ciento de la tercera mayor correduría de bolsa, Correal, al tiempo que se crearon cuatro nuevos bancos, entre ellos el chileno Banco Falabella y el ecuatoriano Banco Pichincha.

En el sector bancario podemos observar que está en crecimiento; actualmente la firma chilena CorpBanca compró al banco Santander lo que significa inversión extranjera en nuestro país lo que ayuda al desarrollo económico de la región. Esto sin tener en cuenta al HELM BANK, Y AL BBVA, que son multinacionales en nuestro país generando empleo y nuevas sucursales constantemente.

El sector bancario colombiano está de moda y los grandes inversionistas han puesto sus ojos en el mercado, con el fin de sacar el mayor provecho de las oportunidades que se están presentando.<sup>27</sup>

La mayoría son extranjeros sin embargo por Colombia está el grupo santo domingo que está dispuesto a meterse en la puja por ampliar su presencia en los bancos colombianos.

En medio de la ebullición y reordenamiento que está viviendo el sistema financiero local, se puede vislumbrar una clara confrontación entre los actores bancarios principales para quedarse con una tajada más grande.

El sector financiero ha crecido en grandes proporciones y es justo en este punto de su desarrollo, cuando el crecimiento de las entidades empieza a ser más lento y mucho más desafiante, por lo cual el orden natural es lograr crecer por medio de adquisiciones y asociaciones que permiten tener una porción más grande del mercado.

Es un proceso de consolidación que ha venido sucediendo en los últimos años. Si se mira cuantos bancos había hace una década la cifra era muy superior. Hoy en día existen grandes grupos que controlan el mercado. Como el grupo aval que se compone del banco av. villas, banco de occidente, banco de Bogotá.

El sector financiero de Colombia vive su momento de auge, a diferencia del sombrío escenario de la banca en los países desarrollados, y apunta a convertirse en un campo de batalla para actores extranjeros, al tiempo que las sólidas entidades buscan expandirse en la región. La principal entidad en la lista de espera sería banco do Brazil.

---

<sup>27</sup> CHAMORRO, Mario. Gerente general del Banco Chileno Corpbanca. [en línea]. Artículo encontrado en la página Web de semana., publicado en 2011-12-15. [consultado 02 de Agosto de 2014]. Disponible en Internet: [www.semana.com](http://www.semana.com)

Un factor decisivo para el pujante mercado financiero colombiano fue la recuperación del grado de inversión del país este año, después de haberlo perdido una década atrás, que disparó la inversión extranjera directa y de portafolio, un apetecido botín para los intermediarios financieros.

La inversión foránea en el país permaneció varias décadas limitadas por el conflicto interno y las acciones de las guerrillas izquierdistas, situación que cambió con una ofensiva militar que inició en el 2002 el ex presidente Álvaro Uribe con el apoyo de Estados Unidos.

Al tiempo que los extranjeros hacen gestiones para entrar a Colombia, los bancos más grandes del país miran con lupa la región para salir de compras, debido en parte a que están muy cerca de su límite de crecimiento local.

Uno de ellos es el Grupo Aval, el conglomerado de 35.000 millones de dólares del magnate Luis Carlos Sarmiento, con el que controla una tercera parte de la banca local.

A pesar de que Aval compró el año pasado por 1.900 millones de dólares el centroamericano BAC Credomátic, sigue explorando nuevas adquisiciones. El siguiente paso será inscribir las acciones del conglomerado en Wall Street el próximo año.

"En algunos de esos países empezamos a ver posibilidades de adquisiciones de otros bancos que pudiéramos eventualmente fusionar con los que ya tenemos allá para crecer nuestra presencia y en el Caribe empieza a surgir también posibilidades que pudieran ser interesantes", dijo Luis Carlos Sarmiento Gutiérrez, presidente del Grupo Aval e hijo del magnate.

En la misma posición estarían sus dos mayores rivales locales, Bancolombia del poderoso Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) que en el 2007 compró el Banagrícola en El Salvador- así como el Banco Davivienda, el tercero del país por activos que han manifestado su interés por expandirse.

GQUEUE ayudaría a controlar de manera sistematizada todos los procesos de atención de clientes, le da a los clientes una nueva cultura orientada hacia el servicio, la posibilidad de calificar el servicio mediante tableros de control de desempeño para sus puntos de servicio, suministrar información relevante de la

empresa a los clientes así también como información del sector y avances tecnológicos, Dar prioridad más a unos turnos que a otros dependiendo el tipo de cliente; el producto es adaptable a cada empresa además que da un aspecto de modernidad y vanguardia además que los clientes van a estar mucho más confortables y por consiguiente más satisfechos con el servicio prestado; va a hacer mucho más eficiente la rotación de las filas y a su vez obtener datos estadísticos para analizar y obtener conclusiones sobre el servicio y poder hacer modificaciones y cambios.

Según carolina sierra, gerente de la sucursal del BBVA de el limonar afirma que “En nuestra sucursal en promedio se atiende unas 60 personas al día cuando son días claves como pagos de nóminas, pagos de créditos, reclamo de pensiones; el tráfico de clientes en el banco es mucho mayor.

En las sucursales principales la cifra asiente a 120-130 personas en el día y también aplican las excepciones de los días que son de pagos y cobros. No obstante Hay que tener en cuenta que hay ocasiones especiales en que los bancos pueden llenarse mucho o estar desocupados, aunque la segunda razón es más que todo por eventos o fechas especiales.

Según el trabajo de campo y observación realizado se puede decir que en los bancos el Gqueue ayudaría a controlar la atención de los clientes desde el ingreso : Al ingresar el cliente se va a encontrar con una pantalla táctil la cual tendrá 4 opciones de servicio y así mismo el cliente deberá escoger; paso siguiente debe elegir el servicio que desea y la maquina le imprimirá un ticket con una letra y numero, con la fecha y hora el cual será su turno; por ejemplo : turno d9, entonces existirá una sala de espera en donde los clientes en una pantalla de 60’’ podrán ver información, imágenes y su turno.

En los últimos años el sector financiero ha realizado grandes inversiones en infraestructura y capacidad instalada tanto para personas naturales como para empresas.

En nuestro país existen alrededor de 18 entidades bancarias que conforman el sector: Banco agrario de Colombia, Banco Av. villas, Banco caja social BCSC, CITIBANK, Colpatria, Davivienda, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banco Helm, BBVA, Banco de occidente, Banco popular, banco Santander central hispano (BSCH), banco GNB Sudameris, Banco Hong-Kong and Shanghai Bankin corporation, hsb, Banco Scotiabank, Banco procredit de Colombia y banco de las micro finanzas banca mía sa. En este sector como encontramos grandes

empresas también encontramos empresas que apenas están ingresando en el mercado buscando ganar participación y son estas quienes deben adaptarse tecnológicamente para poder ser competitivas en el mercado.

Podemos observar que actualmente entidades como Falabella y Bancoomeva se están consolidando como entidades financieras; es decir que están entrando al mercado y buscan ganar participación rápidamente, para éstas empresas el Gqueue puede ser una excelente opción para mejorar los procesos internos y garantizar la satisfacción del cliente final.<sup>28</sup>

Para el sector bancario, en casi todas las entidades, este tipo de toma de decisiones se hace por parte de la administración centralizada en algún lugar. Para mostrar un ejemplo; en el BBVA la toma de este tipo de decisiones se hace desde Bogotá; por lo general, contratan empresas reconocidas en el sector como PSL quienes tienen un amplio portafolio de productos y servicios con excelentes valores agregados, lo cual garantiza total confiabilidad y facilidad en el uso del sistema. El producto se vende un paquete completo y se cotiza al cliente dependiendo de su requerimiento, de la capacidad instalada requerida. Se tienen alianzas estratégicas con empresas proveedoras de hardware Empresas como DELL, LG, HEWLETT PACKARD entre otras, quienes serían empresas reconocidas de hardware, productos garantizados y de excelente calidad. Se trata de crear una cultura diferente en el interior de las diferentes sucursales, una cultura pensando en la comodidad del cliente y el mejor rendimiento de la empresa.

## **10.8. ANÁLISIS DEL SECTOR SALUD.**

En cuanto al sector salud se puede observar que está en incremento el ingreso de IPS y EPS al mercado, hay grandes proyectos culminados de hospitales y centros de especialistas que abarcan la demanda de los pacientes del sector salud. Cabe resaltar que en este mercado hay buenas y malas EPS. Según lo dice la página web del espectador en su artículo del 30 de julio de 2012. La encuesta fue realizadas a 87 hospitales y clínicas: Salud vida, SaludCoop, Y Cruz Blanca.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> LUNA. Diego. Análisis de la competitividad del sector bancario. Edición 2012. Dirección de Tecnología Universidad ICESI. Disponible en: [http://www.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/5397/1/analisis\\_competitividad\\_sector\\_bancario.pdf](http://www.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5397/1/analisis_competitividad_sector_bancario.pdf)

<sup>29</sup> Mejores y peores EPS. Artículo publicado en la página Web del espectador [en línea]. [Consultado el día 25 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/impreso/temadeldia/articulo-363940-mejores-y-peores-eps> Tema del día |30 Jul. 2012 - 10:00 pm

En el escalafón, que llega a su decimosegunda versión y es elaborado por la Asociación Colombiana de Clínicas y Hospitales, Compensar EPS se ubicó por tercer año consecutivo en el primer lugar, seguida por Comfenalco Valle, Sanitas EPS, Aliansalud EPS y EPS Sura.

Las EPS son las empresas como tal pero las IPS son las diferentes clínicas de atención a los pacientes. Si tomamos como Ejemplo la espera en las salas de algunas IPS de consulta externa y también en salas de urgencias y en hospitales y clínicas; se forman largas filas esperando un sellado de un documento o la larga espera en los puntos de atención, larga espera para casi todos los procesos de la salud El Gqueue hace más eficientes todos estos procesos debido a que capacita y evalúa a los funcionarios internos de la empresa permitiendo que se tomen medida y se mejoren todos estos procesos, no permitiendo retrasos en la atención y largas esperas de pie.

En el final de una tabla clasificatoria del régimen contributivo se ubicaron Solsalud, Cafesalud, Saludcoop, Cruz Blanca y Saludvida S.A. Mientras las dos mejores EPS lograron puntajes por encima de los 60 sobre 100, las peor calificadas escasamente llegaron a los 30 y 40 puntos.

Por el lado del sector salud según dice un artículo publicado por el País que muestra que de un total de 376.000 caleños. 210.000 mujeres y 166.000 hombres serán beneficiados con la unificación del plan obligatorio de salud, POS, de los regímenes subsidiado y contributivo. Es decir que, la medida beneficiará a 11.444.937 colombianos. La ministra de salud, Beatriz Londoño dijo que la unificación es un tema de equidad “Ahora todos los colombianos van a poder acceder al mismo plan de beneficios, a las mismas tecnologías, tratamientos, medios de diagnóstico e intervenciones.

Cali tiene una población de 2.119.908 habitantes según datos del Censo 2005 de las cuales 1.154. 000 son económicamente activos.

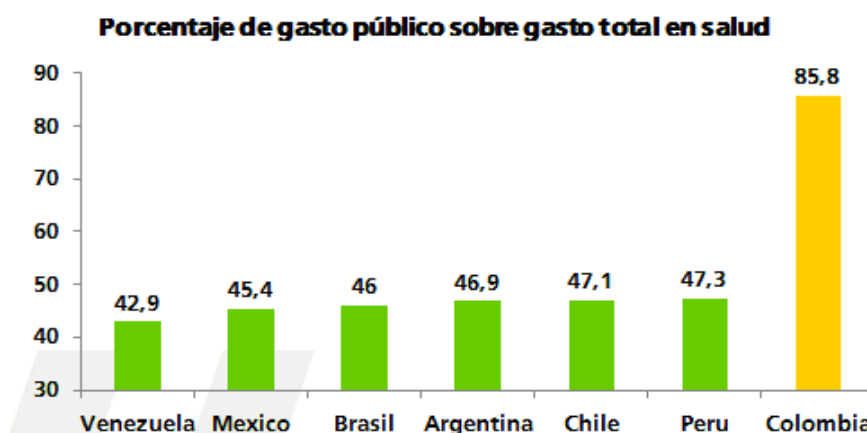
El sector salud en Colombia se encuentra en crecimiento y así mismo las entidades necesitan de la infraestructura adecuada para prestar un excelente servicio al cliente. Una problemática que se puede observar en los trabajos de campo en las IPS, es que los procesos de atención son deficientes, se forman largas filas esperando realizar un pago, o reclamar una fórmula médica, etc. Esto se debe a que ha aumentado el incremento de pacientes de las EPS.

No obstante encontramos que para la mayoría de las IPS la toma de decisiones se realiza desde cada sucursal. En cada empresa hay un ingeniero de sistemas que es el encargado de todo el soporte en cuanto a conexiones y redes, es él quien identifica falencias operativas y manda los requerimientos a Bogotá los cuales son atendidos oportunamente. En Bogotá en las oficinas centrales se encuentra el gerente de TI de la empresa quien asigna finalmente los recursos para llevar a cabo el proyecto de mejoramiento interno.

**10.8.1. La Salud en Colombia.** Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), después de Argentina (10%) y Brasil (8.4%), Colombia es el país de Latinoamérica que más gasta en salud como porcentaje del PIB con un 6.1% en 2007.

En el gráfico a continuación se puede observar la gran cantidad de recursos públicos que consume el sector salud en Colombia, el 86% del total gastado en salud. Esta fracción es prácticamente el doble que la de otros países vecinos.

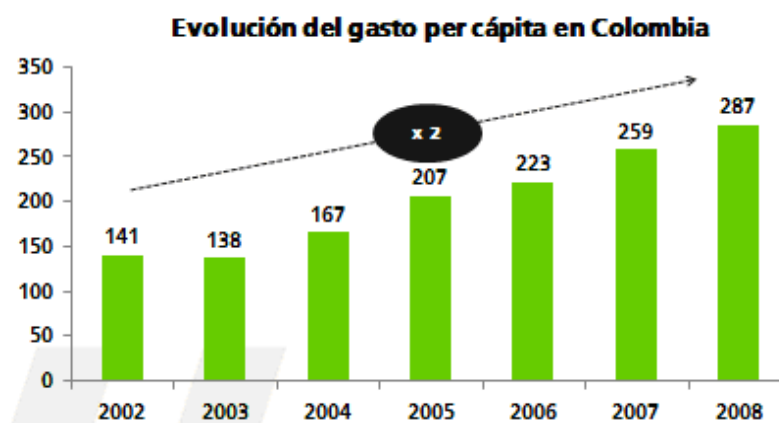
Gráfico 18. Porcentaje de gasto público sobre gasto total en salud.



Fuente: Estudio sobre la salud en Colombia, OMS, Organización Mundial de la salud, Estudio realizado en el año 2007. Gráfico correspondiente al porcentaje del gasto público sobre el gasto total en Salud.

Así mismo, Colombia no es ajena a las tendencias globales de aumento del gasto per cápita en salud. En el gráfico a continuación vemos como en 8 años, Colombia ha doblado su gasto per cápita, el cual asciende actualmente a US\$287.

Gráfico 19. Evolución del gasto per cápita en Colombia.



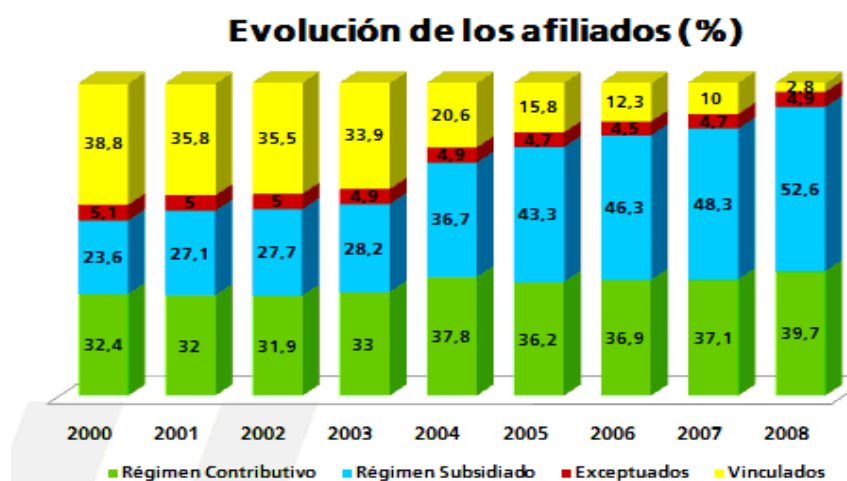
Fuente: Estudio sobre la salud en Colombia, evolución del gasto per cápita en Colombia, teniendo en cuenta la evolución desde el año 2002 hasta el año 2008, valores de la variable Y en millones de dólares.



En los últimos diez años, la cobertura de salud en Colombia se ha incrementado drásticamente de un 58% a un 89%. Colombia aún no ha alcanzado la universalidad en la cobertura en salud ya que un 11% de su población aún no se encuentra cubierta. Como se aprecia en el gráfico a continuación, el tipo de régimen que ha sido en mayor parte responsable del crecimiento en el número de afiliados ha sido el régimen subsidiado, lo cual significa que cada vez más, la seguridad social se financia con recursos públicos.

La expectativa con la entrada de la Ley 100 era que el régimen contributivo fuera el régimen responsable de la mayor parte del crecimiento en número de afiliados. No obstante, vemos que, a día de hoy, esto no ha sido así. Finalmente, se aprecia cómo el número de vinculados, es decir, personas que quedan fuera del sistema de seguridad social y son atendidas por las empresas sociales del estado, se ha reducido drásticamente en los últimos 10 años.

Gráfico 20. Evolución de los afiliados (%).



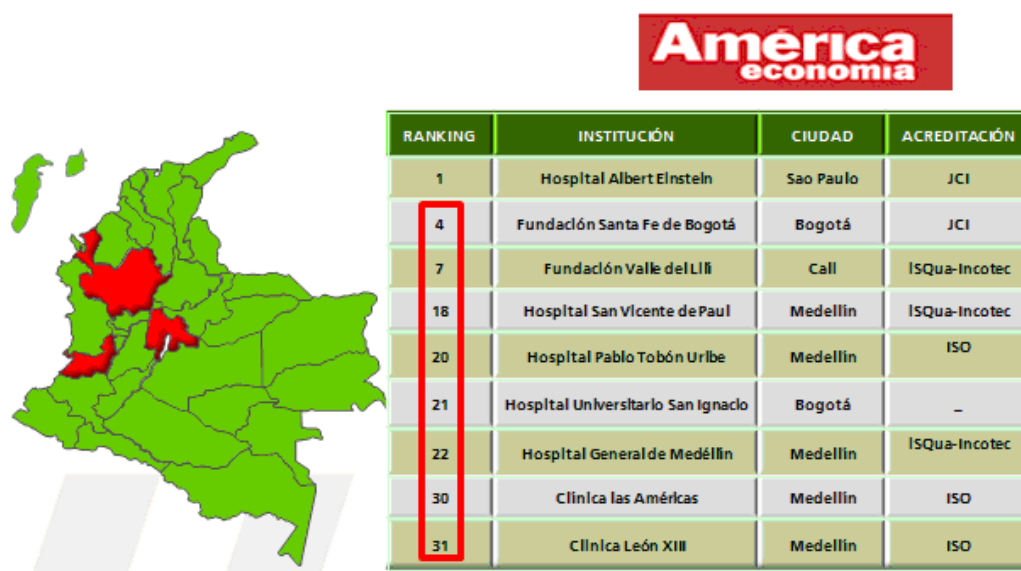
Fuente: Estudio sobre la salud en Colombia. Evolución de los afiliados en términos de porcentaje con relación a 4 regímenes: Régimen contributivo, Régimen subsidiado, exceptuados y vinculados.

Según datos del Ministerio de Protección Social de 2007, había registrados en Colombia un total de 55.000 prestadores de servicios de salud, el 75% de los cuales son médicos independientes, el 17% IPSs privadas y el 8% IPSs públicas. Entre estas empresas hay 1.162 hospitales. Aun siendo una gran cantidad de empresas, un número muy reducido de prestadores de servicios de salud en

Colombia se encuentra acreditado por entidades certificadoras nacionales o internacionales.

Las ciudades líderes en empresas prestadoras de servicios de salud son Medellín, Bogotá y Cali. Según el ranking de 2010 de la revista América Economía, 8 de los 35 mejores empresas prestadoras de servicios de salud en Latinoamérica en 2010 eran colombianas. Como podemos ver en la tabla a continuación, todas esas instituciones se encuentran concentradas en esas tres ciudades.<sup>30</sup>

Gráfico 21. Ranking de las empresas que mejor acreditación tienen para prestar servicios de salud.



Fuente: Ranking de las empresas que mejor acreditación tienen para prestar servicios de salud [en línea]. [consultado 05 de Noviembre de 2014]. Disponible en internet:

[http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=419&Itemid=271](http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=419&Itemid=271), consultado el 25 de abril de 2012 a las 5:00pm

18 EPS al borde de liquidación. (Sábado 27 Agosto 2011) [en línea]. [consultado mayo 2 de 2012]. Disponible en internet: <http://www.semana.com/nacion/18-eps-borde-liquidacion/163118-3.aspx>

<sup>30</sup> Informe sobre la liquidación de las EPS. (Sábado 27 de Agosto de 2011). [en línea]. Publicado en la revista Semana. [consultado 02 de Septiembre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.semana.com/nacion/18-eps-borde-liquidacion/163118-3.asp>

## 10.9. MOTIVACIÓN DEL CLIENTE

¿Qué es lo que motiva a los clientes a comprar y/o utilizar los productos o servicios?

Lo que motiva a los clientes a adquirir las nuevas tecnologías que ofrece GENIAR es que pueden mejorar sus procesos internos por medio de software que facilite la eficiencia y las operaciones reduciendo costos, ahorrando tiempo y mejorando la productividad de la empresa.

El servicio de auditoría para PYMES ayuda a las empresas a identificar falencias a nivel de las distintas áreas de la organización, facilitando los procesos internos por medio de la identificación de falencias a nivel de almacenamiento de datos, recolección de información.

Lo que motiva a los clientes es sentirse respaldados por una empresa de calidad que está a la vanguardia y con la última tecnología. La satisfacción inicial y los resultados del software deben ser casi palpables para que los se sientan satisfechos al instante con el producto. Los clientes siempre buscan mejorar sus procesos internos, facilitar procedimientos y encontrar herramientas que hagan más competitivo el servicio al cliente.

**10.9.1 ¿Están satisfechos con los productos y servicios que compran?** En general los usuarios actuales del producto son los pioneros del desarrollo de este producto; desde el principio se tomaron los requerimientos de esos clientes actuales y se desarrolló un programa a la medida denominado el GQUEUE el cual se fue perfeccionando con el tiempo hasta llegar al punto de tener un producto que satisface las necesidades tanto de clientes actuales y se pretende también a los clientes potenciales.

Actualmente en la empresa se encuentran falencias y es que en momentos se incumple con los plazos por retrasos en los cronogramas y planes de trabajo lo que hace que el tiempo pactado con el cliente falle; en momentos los ingenieros principales de planta salen a prestar servicio postventa a los clientes actuales y no se encuentran para resolver algún inconveniente y el proceso se frena. La empresa debe fortalecer el servicio postventa ya que esta es la oportunidad para generar una posible recompra y brindarle la mejor calidad de servicio posible.

**10.9.2. Necesidades insatisfechas no percibidas por los clientes.** Muchos clientes echan de menos el valor que puede tener para una empresa el tener una página Web interactiva con sus clientes que les ayude a establecer comunicación y brindar un mejor servicio.

**10.9.3. Propuesta de Valor actual.** Geniar desarrollo un sistema gestor de Colas llamado Gqueue (Gestión de Colas). El cual se implementa actualmente en Coomeva quienes son los principales clientes actuales. La empresa cuenta con un capital humano especializado en BPM (Business process mangement), y en BI Business intelligence, y en Arquitectura de software, la empresa dispone de gerentes de proyectos quienes lideran cada proyecto que se desarrolla en las empresas, esto con el fin de monitorear todo el proceso garantizando el cumplimiento y la mayor satisfacción del cliente.

Esta solución agiliza el proceso de atención a los usuarios haciendo más eficiente la prestación del servicio, se puede implementar en varios puestos de trabajo funcionar de tal manera que clasifica, re direcciona y controla todos los procesos de las colas para los diferentes tipos de servicios ofrecidos en una oficina o empresa.

**10.9.4. ¿Cuál es el impacto de satisfacer una necesidad?** Lograr la satisfacción de los clientes actuales encontrar falencias en diversas empresas y saber que la empresa con sus servicios puede lograr que identifiquen errores o mejoren procesos actuales logrando la mayor satisfacción posible. Que los clientes se sientan a gusto con el servicio brindado y deseen saber más de la empresa.

**10.9.5. ¿Quiénes son los compradores más importantes?** Actualmente los compradores más importantes son COOMEVA y TECNOQUÍMICAS y son pioneros en el uso del programa. Se desarrolló y perfeccionó para ellos y hasta el momento ha tenido excelentes resultados; no obstante se debe tener en cuenta que este software está sujeto a renovaciones contantes y actualizaciones en las que se anexa información y se logran los objetivos de la organización.

El producto le va a facilitar los procesos internos porque va a facilitar la atención a los clientes y a su vez para la empresa va a ser más fácil y organizado atender los diferentes públicos debido a que se segmentarían los trabajadores de acuerdo a las necesidades de los clientes; descongestionando, dándole un mejor nivel de atención a los clientes; debido a que en el momento de llegada recibe atención inmediata de manera que el servicio al cliente sea más ágil. Y como valor adicional

la publicidad entretiene al cliente y puede hacer más recordación y presencia de marca o sino puede alquilar el espacio para que otras empresas pauten.

#### **10.10. AMBIENTE DEMOGRÁFICO**

Para el análisis del ambiente demográfico se tomaran en cuenta tres sectores relevantes ya que son clientes potenciales de nuestro producto, estos sectores son el sector financiero y el sector salud. Estos sectores se consideran potenciales para introducir GQUEUE ya que se encuentran en crecimiento porque cada día ingresan nuevas empresas PYMES de los diferentes sectores y las que están presentan un crecimiento vertiginoso que se traduce en una gran masificación en los puntos de atención; oportunidad que GENIAR debe saber aprovechar mediante una consultoría identificando los errores en las empresas y en los diferentes sectores, ofreciendo sus servicios de BPM, BI, y DESARROLLO DE SOFTWARE A LA MEDIDA, para que por medio de éstos la empresa logre un mejor desempeño a nivel interno y mejores resultados operaciones, mejores utilidades netas, más eficiencia en los procesos, ahorro de tiempo y análisis de todo el desempeño de los puntos de trabajo, esto para la toma de decisiones.

Para el sector salud los gerentes de tecnología de las clínicas y los centros médicos son nuestros clientes potenciales, a ellos se deben dirigir los esfuerzos de persuasión dando estrategias de valor que mejoren la competitividad de sus empresas. Son hombres y mujeres entre 30 y 60 años de edad ingeniero de sistemas, que se encuentren a cargo de sus respectivas áreas y que sean quienes toman la decisión de compra o quienes influyen en la toma de la decisión. Se trata de persona que se deben tratar como ejecutivos, se deben invitar a reuniones en restaurantes de buena calidad así como eventos y reuniones del segmento.

En este sector cabe resaltar un punto y es que se encuentran las EPS que son las empresas como razón social general y al contrario se encuentran las IPS que son las diferentes clínicas ubicadas en lugares estratégicos de atención a los pacientes. Si tomamos como ejemplo la espera en las salas de algunas IPS de consulta externa y también en salas de urgencias y en hospitales y clínicas; se forman largas filas esperando un sellado de un documento o la larga espera en los puntos de atención, larga espera para casi todos los procesos de la salud. El Gqueue hace más eficientes todos estos procesos debido a que organiza y realiza una auditoría identificando deficiencias operativas, tomando nota de cada deficiencia técnica con el fin de generar la adaptación a los requerimiento específicos del cliente. Capacita y evalúa a los funcionarios internos de la empresa permitiendo que se tomen medida que hagan más eficientes todos los proceso no permitiendo retrasos en la atención. Las IPS de consulta externa y también en

salas de urgencias y en hospitales y clínicas; se forman largas filas esperando un sellado de un documento o la larga espera en los puntos de atención, larga espera para casi todos los procesos de la salud.

Por el lado del sector salud según dice un artículo publicado por el País que muestra que de un total de 376.000 caleños. 210.000 mujeres y 166.000 hombres serán beneficiados con la unificación del plan obligatorio de salud, POS, de los regímenes subsidiado y contributivo. Es decir que, la medida beneficiará a 11.444.937 colombianos. La ministra de salud, Beatriz Londoño dijo que la unificación es un tema de equidad “Ahora todos los colombianos van a poder acceder al mismo plan de beneficios, a las mismas tecnologías, tratamientos, medios de diagnóstico e intervenciones.

Para las empresas del sector financiero la mayoría de toma de este tipo de decisiones se realiza desde Bogotá, porque grupo aval, BBVA, etc., están centralizados en esa ciudad, es por ello que se debe conseguir una cita aquí en Cali con un representante de las TI de cada entidad bancaria y que pueda ayudar para enlazarse con el directo de en Bogotá o Medellín. La ventaja en el sector financiero es que el proceso de implementación de los gestores de colas apeas se está dando y constituye una excelente oportunidad para ambas partes. Finalmente es de la fuerza de ventas de quien depende la información que se transmite al cliente, de ellos depende cuan capacitados estén en estrategias de ventas y servicio, además que sean expertos en los productos y servicios, cabe resaltar que también en este punto la empresa tiene que ayudar en estos procesos de capacitación suministrando el material y la infraestructura adecuada para las charlas. Un banco en días con poco flujo de clientes atiende cerca de 50 personas en todo el día, pero en fechas como quincenas, primas, o pagos puede llegar a atender hasta 90 personas en las demás sucursales que no son la principal. Son personas de todas las edades, géneros y razas, y les toca hacer fila esperar parados con niño en brazos, es por estos factores que es de gran utilidad un gestor de filas que direcciona los turnos estratégicamente con el fin de dar una solución a la atención y garantizar un mejor servicio y mayor nivel de los clientes

#### **10.11. ANÁLISIS DOFA.**

##### **Debilidades.**

- Falta de capacitación comercial en los ingenieros informáticos.
- Página Web de Geniar poco interactiva.

- Baja participación en el mercado.
- No existe un departamento de marketing que encamine los objetivos comerciales de la empresa.
- Deficiencias en la prestación del servicio al cliente.
- No existe un plan de Mercadeo y comercial que dirija los objetivos comerciales.
- Ausencia de departamento de administración y también ausencia de un departamento contable. (Ausencia de estructura organizacional).

### **Oportunidades.**

- Crecimiento y desarrollo de nuevos servicios financieros ofrecidos por el sector bancario.
- Las empresas existentes en el mercado PYME requieren los software para volverse más eficientes.
- Ingreso de nuevas tecnologías de información y acceso a conocimiento de proveedores de software en todo el mundo.
- Surgimiento de catálogos especializados en servicios BPM.
- Segmento financiero en crecimiento gracias al ingreso de nuevas entidades bancarias.
- Ingreso creciente de nuevas IPS en el sector salud.
- Aumento y crecimiento del número de usuarios de las EPS.

**Fortalezas.**

- Capacidad de producción.
- Ingenieros con doctorados en los temas que se manejan en la empresa como arquitectura software, BI, Y BPM.
- Departamento de investigación y desarrollo bien conformado, con sus respectivos líderes de proyectos.
- Capacidad de generar nuevos productos de acuerdo a necesidades específicas del cliente.
- Facilidad de Instalación del software GQUEUE y adaptabilidad a los diferentes sectores.
- Amplio portafolio de productos y servicios.

**Amenazas.**

- Piratería y falsificación de software.
- Empresas con más posicionamiento en el mercado y con mayor número de certificaciones.
- Colombia tiene el índice más alto de falsificación de software.
- Empresas con más posicionamiento en el mercado y con mayor número de certificaciones.
- Colombia tiene el índice más alto de falsificación de software.
- Desarrollo de software libre para PYMES.



- Piratería y falsificación de derechos de autor y copias ilegales en el sector software.

## **10.12. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Las Fortalezas de los principales competidores es que llevan más tiempo en el mercado; también son fuertes en temas de BPM , BI, y Arquitectura de software , pero a diferencia de Geniar ofrecen y son fuertes en el servicio de mercadeo electrónico, posicionamiento Web y ventas por Internet, esto los ayuda a diferenciarse y los hace más competitivos. Son empresas grandes y su capacidad de financiamiento es mejor por lo que su capacidad de inversión es mayor y esto hace que las empresas competencia de Geniar logren mejor posicionamiento debido a que su capacidad de acaparar el mercado con mejores ofertas de valor agregado aumenta. También existen empresas informales que desarrollan software ilegal, o unas 3 ubicadas en Cali que ni siquiera tienen nombre pero hacen gestores de filas de las cuales se encuentra muy poca información. Aunque exista competencia no se puede dejar atrás la falsificación de software que afecta las ventas del sector. La actividad de este sector se concentra mayormente en Bogotá, Medellín y Cali.

La empresa toma turnos, tiene un producto propio llamado el QNETPRO, el cual es un sistema integral para ordenar filas, el producto ofrece la solución más completa para la administración, gestión y control de colas en compañías e instituciones con orientación al servicio al cliente, que enfrentan problemas de largas filas e impredecibles tiempos de espera en la atención de sus cliente, o que desean mejorar la imagen y servicio en centros de atención al público. Características generales del sistema. Ofrece tres servicios en un ticket: Cuando el cliente necesita realizar distintas actividades al mismo tiempo pasar a distintos servicios o áreas, no es necesario que tome un ticket por cada área de servicio ya que el producto permite seleccionar hasta tres servicios en un mismo ticket o turno asignado.

La empresa Plexus technologies ofrece una solución definida para la gestión de turnos. El nombre del producto es Quenda y constituye una innovadora solución para la gestión de turnos debido a que apoya o incluso sustituye al personal de los servicios de obtención de cita, recepción, asignación de turnos de atención y acceso de los usuarios a los servicios que precisan.

Quenda Medic es el software empaquetado pero éste se diseña de acuerdo a necesidades específicas del cliente. Se realizó una personalización para el área de consultas en centros sanitarios. Quenda medic constituye una innovadora solución de gestión de turnos especialmente adaptada a las necesidades específicas de los centros sanitarios. Este producto cuenta con un sistema modular que permite personalizar la solución a las necesidades de cada cliente, tanto a escala hardware como software. Incluye los módulos de recepción, espera, atención y administración. Quenda también puede funcionar como apoyo o incluso sustitución de los servicios personales de obtención de cita. El módulo opcional de cita previa permite la obtención de cita a través del teléfono, la web o un kiosco interactivo.

La empresa Ciel Ingeniería, empresa Colombiana posee un producto que es una plataforma tecnológica para procesos de atención al público, Digiturno IT no solo es un sistema para gestión de filas sino una poderosa plataforma tecnológica de apoyo a la estrategia corporativa y de servicio la cual está enfocada en el cliente y en su necesidades Digiturno IT permite a las organizaciones brindar un servicio y atención al cliente integral desde la identificación de una necesidad por medio de modernas técnicas de pre atención remota o presencia hasta lograr la satisfacción total empleando procesos personalizados y priorizados de acuerdo a las políticas establecidas.<sup>31</sup>

Características Destacadas: En las salas de atención además de la comodidad, los clientes disfrutan de información relevante que amplía su conocimiento tanto de la organización como de temas de interés general, mejorando su percepción de la empresa, su fidelidad y el grado de vinculación. \* Los mecanismos para medir la percepción de la calidad del servicio recibido, al igual que la facilidad para responder encuestas de interés, hacen de DIGITURNO IT una herramienta única, de gran valor, para proyectar las estrategias futuras de la organización. \* La gerencia dispondrá de información estadística valiosa lo que facilita la toma de decisiones que redunden en el mejoramiento continuo del servicio. \* Además de la tecnología de recurso, Digiturno IT Cuenta con asesoría y consultoría especializada en procesos de atención al cliente, brindada por personal experimentado y altamente calificado en operaciones y en teoría de colas.

Otra empresa que al igual que Geniar distribuye gestores de colas es Ingetronik. El producto que ellos ofrecen al mercado es el turnero ingeturno easy gireles es un indicador de turno inalámbrico de avance mono-servicio, de dos dígitos diseñado

---

<sup>31</sup> MÁRQUEZ, Robin. Cielingeniería. Editor artículos página Web Ciel ingeniería. [en línea]. [consultado 22 de Junio de 2014]. Disponible en internet: <http://www.cielingenieria.com/index.php?idcategoria=119>.

para evitar aglomeraciones, tumultos y desórdenes de personas, además del malestar a usuarios en sitios donde existe una alta afluencia de público. Consiste en un turnero para el control de las filas: El ingeturno multibox es un indicador de turno inalámbrico de avance (multi-servicio) de dos dígitos en turno y uno en caja, diseñado para evitar aglomeraciones, tumultos y desórdenes de personas.

La empresa claro se acaba de fusionar con Comcel y ofrece un sistema inteligente de administración de filas es una solución que le permite a la empresa automatizar sus procesos de atención al cliente en un punto de servicio, mejorando la experiencia de sus clientes mientras esperan a ser atendidos por un asesor, transmitiendo comunicación relevante sobre el negocio y de potencial interés para los clientes.

Con esta solución la empresa maneja la información relevante sobre el servicio a sus clientes, como monitoreo de forma centralizada al desempeño de todos sus asesores en los puntos de servicio, obtener información de los tiempos de atención, tipos de solicitudes, cantidad de clientes en espera y calidad en la atención prestada, esto le permite definir, gestionar y mejorar la estrategia de servicio al cliente de la empresa.

**Beneficios:** Podrá controlar de forma inteligente los procesos de atención al cliente, Administración dinámica a los recursos en sus puntos de atención al cliente.

Tableros de control de desempeño para sus puntos de servicio., Informar a sus clientes sobre otros canales de atención que pueden ser automáticos, Suministrar información de su negocio a los clientes durante los tiempos de espera haciendo más agradable el tiempo de espera, Solución adaptable a las estrategias y necesidades de corporación.

Oncomedic Ltda, creo una solución para el sector salud llamado oncolinux el cual se apoya en que las IPS y profesionales de la salud, deberán dotarse de herramientas que les permitan manejar la información eficiente y competitivamente, en este momento el software se convierte en el mejor apoyo para organizar las relaciones de la entidad con el exterior (Pacientes clientes como los procesos en el interior)(administración de profesionales, consultas, archivo, facturación, etc. Los componentes actuales de oncolinux son: Gestión de funcionarios y especialistas, gestión de clientes, gestión de usuarios o pacientes, gestión de turnos, citas médicas y consultas, gestión de consultas médicas, sistema de mensajería interna incorporada a la interface. Otro de los valores

agregados que ofrece el software es la expedición de copias impresas para soporte de recetas o fórmulas médicas, órdenes para exámenes médicos, formularios para el soporte de medicamentos, implementación de historia clínica digital, seguimiento de procesos por código de barras, rastreo de la formulación médica para la aplicación de quimioterapia sin reanudar procesos, Registro de aplicación de quimioterapia con gestión de insumos para efectos contables .La empresa tecnoturnos constituye una amenaza para nuestra empresa pone a disposición del mercado un sistema de gestión de turnos que ayuda a agilizar los procesos, a mejorar el desempeño de sus funcionarios y brindar a los clientes satisfacción y comodidad. Turneros de 2,3 y 4 dígitos: pantalla de dos dígitos que indican turno dígitos de siete segmentos de color rojo superbrillante. Incremento unitario de turno del 00 al 99, llamado cambio de turno con triple parlante y sonido din-dong, control de volumen de parlantes internos, conexión auxiliar estéreo para aumento del volumen en ambientes que así lo requieran, memoria del último turno indicado en caso de corte de energía, se entrega con fuente de poder y 5 pulsadores para cambio de turno.

La empresa Sistemas IT point, es una empresa venezolana que ofrece una excelente solución para las empresas, el producto se llama GGET. Éste es un software manejador de colas, marketing y cita diseñada para hacer más fácil el control o administración de engorrosas colas físicas que forman los clientes de un establecimiento comercial el cual presta servicios de atención al público.

La solución que ofrece sistemas IT point mejora la calidad del servicio, optimiza el flujo de clientes, reduce costos a mediano plazo y presenta la información detallada del cliente desde su entrada hasta que finalmente es atendido. Actualmente Qget es el software de más bajo costo entre los sistemas de gestión de colas.

Beneficios que genera para la empresa son que se mejora la calidad del servicio y se incrementa la imagen, hay un rápido retorno de la inversión haciendo publicidad mediante TV O SMS, reducción de costos, acelera la productividad de la empresa y a la vez aumenta su credibilidad. Información completa y resumida para decisiones gerenciales, evalúa el rendimiento del recurso humano y establece metas, reduce los tiempos de espera.

En cuanto a los beneficios para los clientes encontramos que éstos van a tener mayor comodidad, sentido de innovación y organización, menor tiempo de espera y mejor uso del tiempo, igualdad de trato y clasificación, posibilidad de realizar varios requerimientos con su mismo turno, elimina largas colas.

Ventajas: Bajo costo Beneficio: Licenciamiento simple, reutilización del hardware y software ya existente, fácil mantenimiento.

Compatibilidad: Es compatible con cualquier sistema operativo, reduciendo gastos innecesarios de licenciamiento, en costosísimas bases de datos y plataformas propietarias

Alto retorno de inversión: Haciendo publicidad a través de televisores de llamados o enviando mensajes SMS automáticos a clientes.

Fácil Instalación: Con solo configurar el servidor y conectar el hardware. No requiere ser instalado en cada estación

Ligero y rápido: por ser Web intranet, solo poca información viaja por la red lo que reduce el ancho de banda y acelera el tiempo de respuesta.

Sectores a los que se dirige: Centros Clínicos, Ambulatorios, Farmacias, Entidades Financieras o Bancos, Taquillas de Pago, Ferreterías, Tiendas de celulares, Centros de Reclamos, Alcaldías, Gobernaciones, Hospitales, Universidades, Terminal de Pasajeros, Centros de Entretenimientos, Compañías Seguros o Aseguradoras, Telefonía, Taquillas de Pago a proveedores y empleados, etc.

Cuadro 3. Análisis de la competencia.

<b>Servicios</b>	<b>Clientes</b>	<b>Cuales empresas trabajan con nuestros clientes</b>	<b>Qué ofrece la competencia</b>
<b>Proyectos de desarrollo</b>	<b>TECNOQUÍMICAS</b>	OLSOFTWARE / SATIUS / LUCASIAM	Seguridad informática
<b>Consultoría</b>	<b>COOMEVA</b>	PRAGMA / PREMIZE / INTERGRUPO / E2EWORKS	Estrategias de marketing online
<b>Licenciamiento</b>	<b>COMFANDI / S.O.S</b>	PRAGMA / SATIUS / T&G BUSINESS / E2EWORKS	Tecnología móvil / Multimedias / Educación virtual / Sistema de soluciones en línea / Mantenimiento /
<b>Productos</b>	<b>MENSAJERÍA CONFIDENCIAL</b>		Sistema que permite administrar centros de pagos / Desarrollo Offshore / Hosting & Colocation (recepción y colocación) / Comunicaciones Unificadas. Monitoreo y Gestión de Plataformas
			Fábrica de software, ahorro de recursos como impresiones, arquitectura multicapa
			Implementación de sistemas de pago electrónicos, Servicios bancarios en red.
			Soporte de equipos como impresoras, computadores, móviles, entre otros.
			Comercialización de Software autorizado
			Soluciones de comunicaciones, productividad y colaboración

Cuadro 4. Productos y servicios de la competencia.

<b>Cero de Pragma:</b> Es una herramienta creada para gestionar integralmente sus riesgos	<b>Sugar CRM por Gattaca:</b> Alternativa, para los proyectos de gestión de clientes y automatización de la fuerza de ventas.	<b>Cursos por Tecnovas de:</b> D3 Rainingdata, OR-100 ORACLE - SQL, TC-101 TCP/IP Arquitectura de Redes, Programación Avanzado con Java 5.0	<b>CMSMobile Extensión por CM Solutions:</b> Componentes móviles que permiten plantear a la organización soluciones eficientes, parametrizadas y configuradas a la medida.
<b>Software as a Service por Premize:</b> Se puede disponer de dicho SW por el tiempo que lo requiera sin incurrir en costos adicionales de infraestructura o personal.	<b>BPM–WorkFlow por Gattaca:</b> Automatización de las actividades de un proceso de negocios, por medio de la definición del flujo de información, sus responsables tiempos de ejecución y condiciones de cumplimiento	<b>GESCOM por Tecnovas:</b> Permite la gestión, planeación y admón de todos sus procesos. Integrando los módulos de: Compras, inventarios, activos fijos, presupuesto, contabilidad, tesorería, proveedores, pedidos, facturación, cartera, cotizaciones, distribución y recursos humanos.	<b>Outsourcing de Ingeniería de Software por CM Solutions:</b> Se ofrecen los arquitectos, analistas, desarrolladores y todos los recursos, a la disposición.
<b>Humansoft por Satius:</b> Es un software que apoya el proceso de gestión por competencias de las empresas públicas y privadas, con énfasis en la evaluación y análisis del resultado.	<b>Attempt Evolution - ERP por Gattaca:</b> Para Fabricantes de todo tipo de muebles. Se utiliza para procesos de Gestión Comercial, Compras, Producción, Inventarios, Documentación:, Incidencias de Compras y Ventas, E-commerce	<b>NET-SALUD IPS:</b> Solución empresarial que apoya el crecimiento de la institución integrando en tiempo real las áreas Asistencial, Administrativa, Financiera y Operativa	<b>CMSWIN por CM Solutions:</b> Desarrollo de soluciones Windows Applications. Tecnología que le dará efectividad a los proyectos corporativos

Continuación cuadro 4.

<b>Software de Rotulado Nutricional por Satius:</b> Permite calcular el valor nutricional de un producto, compararlo y evaluarlo con la normatividad colombiana y/o internacional, generando la etiqueta de información nutricional.	<b>eTraining - LMS por Gattaca:</b> Sistema de capacitación y evaluación en línea, que se utiliza para un curso sencillo o organizaciones o instituciones educativas universitarias, debido a la arquitectura de su construcción y a la flexibilidad de su interfaz y manejo.	<b>NETSALUD Agenda Médica por Tecnovas:</b> Desarrollado para las instituciones de salud. Para tener control sobre las agendas de los profesionales en los diferentes centros de atención y la asignación de citas de forma eficiente.	<b>Golf Score Solutions por CM Solutions:</b> Registra en línea los torneos de golf, en campo, los dispositivos móviles realizan el registro en CMSOftOnline Web, en internet muestra los resultados automáticamente.
<b>Sistemas de Administración de Subsidios por Satius:</b> Permite administrar el proceso de postulación, asignación y pago de los subsidios del fondo para fomentar empleo y la protección al desempleo.	<b>Vivísimo por Gattaca:</b> Plataforma de búsquedas en línea para organizaciones	<b>NETSALUD HISTORIA CLÍNICA por Tecnovas::</b> Para instituciones de salud, dinámicas y relacionadas, permite tener control sobre el historial médico de cada paciente asistido en las diferentes instituciones.	<b>CMS Framework por CM Solutions:</b> Que corre en dispositivos móviles que utilicen sistema operativo Microsoft.
	<b>FluidSignal por Gattaca:</b> Gestión eficiente de los riesgos de seguridad informática		<b>Scheduling Control Solution por CM Solutions:</b> Administra y planifica el agendamiento de los empleados optimizando los lugares y equipos
<b>Fovisoft por Satius:</b> Administra y controla el proceso de asignación y pago de los subsidios del fondo de vivienda de interés social de las Cajas de Compensación.	<b>La Nube por Innova4J:</b> Permite que la infraestructura crezca en la medida en que crece la empresa, sin necesidad de tener que realizar una inversión en infraestructura (software y/o hardware).	<b>Core BankVision Software:</b> Sistema internacional que implica la funcionalidad de venta de software bancario.	<b>CMSMOV por CM Solutions:</b> Desarrollo de aplicaciones para la mayoría de dispositivos Móviles del mercado.



Continuación cuadro 4.

<b>Epayment por Expert:</b> Administra los centros de pagos de las empresas prestadoras de servicios o de compañías que prestan servicios de recaudo.	<b>SONDAutility por Sonda:</b> Fábrica Software, desarrolla análisis, Diseño, Construcción, Implementación y Mantenión de aplicaciones desarrolladas a la medida.	<b>CTLog Pluss por Ittasa:</b> Plataforma diseñada para llevar a cabo las actividades de grabación de Audio/Video, con dispositivos de entrada como micrófonos y Cámaras de video y gestión documental.	<b>Merch Solutions por CM Solutions:</b> Empodera la fuerza de ventas, analiza la competencia, fortalece las campañas, de mercadeo y garantiza la disponibilidad del producto.
<b>Eaddress por Expert:</b> Permite normalizar y validar direcciones de predios en Colombia	<b>PCUtility por Sonda:</b> externalización del parque de computadores de escritorio, portátiles (Notebooks), impresoras y periféricos etc...	<b>HIMS por Ittasa:</b> Solución para Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS) / Solución de Consultorios Virtuales	<b>Field Support Solutions por CM Solutions:</b> Para servicios de mantenimiento preventivo, correctivo, para los dispositivos móviles
<b>Erating por Expert:</b> Unifica, carga y valoriza los registros de comunicación de las plataformas existentes en las empresas de telecomunicaciones	<b>PRINTERutility por Sonda:</b> (Externalización Integral de Impresión) Se hace cargo de la generación de documentos impresos de los clientes, para lograr ahorro en los procesos de impresión	<b>Outsourcing de Contact Center por Ittasa:</b> Diseñado para invitar al cliente a interactuar con su organización, creando vínculos comerciales rentables y duraderos para su negocio.	<b>Dealers Solutions por CM Solutions:</b> Centraliza la información de ventas de sus distribuidores, permitiendo en forma real, donde se vende cada producto.
<b>Emediation por Expert:</b> Provee mecanismos para la comunicación con los componentes que conforman la plataforma de telecomunicaciones de las empresas de servicios	<b>ETWORKutility por Sonda:</b> Desarrollo de soluciones para configurar redes de área local (LAN) para fortalecer el trabajo al interior de las empresas y las redes de interconexión, a través de enlaces dedicados e Internet, para convertirlas en redes extendidas (WAN),	<b>HBMS por Ittasa:</b> Orientado a la admón, gestión y auditoría para instituciones de medicina prepagada. módulos: Parámetros, Cargue de info, Planes, Contratos, Facturación, Recaudo, Convenios, Reembolsos, Créditos Comisiones, Masivos, Seguridad, Auditoría, Consulta, Reportes	<b>Insurer Solutions por CM Solutions:</b> Automatiza la fuerza de ventas de seguros, permitiendo asegurar a los clientes en un sitio o línea, realizando la transacción completa de aseguramiento, con respaldo fotográfico y pago en línea

Continuación cuadro 4.

<b>EzCom por Expert:</b> Plataforma de facturación de servicios de comunicación prepagados diseñada para liquidación en línea	<b>Soporte Service Desk para TI por Sonda</b>	<b>Sistema de audio respuesta – IVR por Ittasa:</b> Solución que mejora la atención a los clientes, con un sistema de atención y respuesta interactivas, que automatiza las consultas dando acceso a sus bases de datos a través de una identificación.	<b>Sales Solutions por CM Solutions:</b> Automatiza la fuerza de ventas, entregando el poder para negociaciones efectivas, en un dispositivo móvil. Rutas, cobranza, pedido, facturación y todo un conjunto de operaciones, que apalancarán el crecimiento de las empresas.
<b>Ereport por Expert:</b> Obtiene de manera ágil y eficaz la información requerida para el desarrollo de las funciones diarias de la compañía	<b>Financiamiento por e2ewoks:</b> Producto orientado al manejo de transacciones bancarias por Internet.		
<b>Eaudit por Expert:</b> Permite a los administradores la programación de auditorías sobre tablas y campos de una base de datos	<b>Banca Móvil tradicional por e2ewoks:</b> Pretende acercar a los no-bancarizados a la banca, potencializar los otros canales del banco y brindar mayor seguridad y rapidez en las transacciones.	<b>Mensajería unificada por Ittasa:</b> Solución que mejora la atención de los mensajes y la respuesta de los mismos, recibidos en un lugar único como la cuenta de correo del usuario.	<b>Food Service Solutions por CM Solutions:</b> Controla la transacción en línea de los servicios de cafetería, restaurante, institucional y escolar. Proporcionando una plataforma que permite interactuar a los actores del servicio, en un portal, para administrar cuentas en línea.
<b>Esecurity por Expert:</b> Componente WEB que es integrado a cualquier sistema para brindar y revocar accesos a una aplicación	<b>Web Agency por e2ewoks:</b> Creación de agencias bancarias remotas.		

Continuación cuadro 4.

<p><b>eContent por Gattaca:</b> Permite que personas sin conocim/ técnico puedan adicionar y administrar, el contenido de cualquier sitio Web en Internet o en la Intranet sin involucrar al Administrador del Sitio Web o a otros miembros del departamento técnico.</p>	<p><b>Integration cripto por e2ewoks:</b> Provee mecanismos para permitir a sistemas de información como IBS, e2eworks Financial, tener un manejo centralizado de claves y para dar funcionalidad de control de estados de servicio y separación de la información del negocio de la información de las claves de los clientes.</p>	<p><b>Grabación de llamadas por Ittasa:</b> Mejora la calidad del servicio y garantiza la seguridad en las conversaciones de su compañía. Podrá hacer seguimiento y retroalimentación al personal de servicio al cliente.</p>	<p><b>Colection Solutions por CM Solutions:</b> Controla la fuerza de cobranza aumentando la efectividad de recuperación de cartera en el campo, indicadores, generación de resibos y efectividad total con alta tecnología.</p>
<p><b>eSecurity por Gattaca:</b> Entorno que soportará la implantación de cualquier solución de SW, servirá a las aplicaciones de productividad para detallar los datos, atributos y las funciones de cada usuario.</p>	<p><b>Object Control por e2ewoks:</b> software aplicativo orientado a realizar un estricto control sobre el software de plataformas i-Series.</p>	<p><b>CMSOftOnline Service por CM Solutions:</b> Plataforma de servicio ayuda a las organizaciones a centrarse en su negocio y alcanzar las metas, apoyados por la tecnología e innovación</p>	

Cuadro 5. Tecnología / Principales Alianzas de la competencia.

<b>Tecnología</b>	<b>Principales Alianzas de la competencia</b>
PL/SQL / Jdeveloper	Oracle Partner Network.
Oracle Discoverer User Edition. / MySQL / Postgres / EGL / DB2 / CRM Business / Sybase	IBM, Microsoft, Adobe, Kofax, About Netpro, Nortel, Amazon EC2
PMI / CRM Business, Intelligence / Java Enterprise Edition / UML, UP / Gold Certified, Partner –ISV	Team Work, Grupo CDC Software, Hewlett-Packard Hardware,
J2EE Enterprise Java Beans), / C# / FLEX3.2 / OS400 / MS SQL Server / SQLServer 2005 y SAPDB / WEB Microsoft. ASP.Net/ASP,	Google App Engine (GAE), Peoplesoft, Siebel, Sap, Symantec, McCaffe, Lexmark, Lenovo,
Visual Studio .Net / ASPX / IBM i-series (AS/400)	Motorola, De la Rue, Cisco, Cerner, Canon,
Metodología de desarrollo RUP "Rational Unified Process	Autodesk , Xerox, Vmware, Autorized.Net, RapidSSL.com
Workflow, Multilenguaje, Arquitectura Multinivel	Caris
Web/WAP/SMS / RPG ILE / CORE	TLM Soluciones de Información, Clai Ltda
Componentes CGI	RainingData
	Forté
	Procesos y Tecnología va e la mano de e2eworks
	Vitria Technology
	APICE
	CALLTECH
	WEB STUDIO
	KENTICO

### **10.13. ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL**

En el entorno se encuentran diversos temas de interés para las empresas que se encuentran en crecimiento como el tema de productividad organizacional. Empresas que promueven el desarrollo del software como IBM, MICROSOFT y ORACLE, organizan eventos en donde se habla y capacita a las empresas del sector sobre temas de interés. Se trata de enfocarse en las principales organizaciones para conocer más sobre las alternativas para mejorar sus procesos y solucionar sus dificultades de Integrabilidad a través de soluciones o herramientas tecnológicas como son BPM (Business Process Managements) y su plataforma Websphere (WebSphere es una familia de productos de software privado de IBM, aunque el término se refiere de manera popular a uno de sus productos específicos: WebSphere Application Server (WAS). WebSphere ayudó a definir la categoría de software middleware y está diseñado para configurar, operar e integrar aplicaciones de e-business a través de varias plataformas de red usando las tecnologías del Web. Esto incluye componentes de run-time (como el WAS) y las herramientas para desarrollar aplicaciones que se ejecutarán sobre el WAS. Esto hace que las empresas puedan mejorar su capacidad operativa porque la implementación de estos procesos de negocio sistematizan la información permitiendo tener bases de datos bien estructuradas así como bien clasificada toda la información para que a la hora de ejecutar procesos internos todo procedimiento sea más eficiente.

Otra situación revelada en el estudio, se refiere a que el 75% de las Pymes exportadoras no cuentan con aplicaciones de software web para gestión de órdenes de compra, facturación electrónica y CRM. Tampoco están gestionando en sus negocios electrónicos, documentos de exportación vía Internet, ni están realizando seguimientos de sus órdenes de zarpe por la web. Esto nos muestra una gran brecha entre las empresas y las herramientas de TI, al no usar herramientas que mejoren los procesos, el proceso de crecimiento se verá estancado y por consiguiente no se podrá tener la participación esperada en el mercado.

Tres organizaciones que en el país trabajan en pro de la creación de empresas de base tecnológica, organizaciones y empresas sin ánimo de lucro que hacen grandes aportes al sector del software y son las siguientes: Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia (LEBTA), PARQUESOFT y TECNOPARQUE, coinciden en la importancia de trabajar en aspectos como capacitación, aseguramiento de calidad, esquemas de comercialización y asociación, para potenciar el desarrollo de software a nivel nacional.

Para incentivar la compra y la venta en el sector del software se pretende 100% de Exención del impuesto sobre la renta para nuevos productos de software elaborados en Colombia y amparados con nuevas patentes registradas ante COLCIENCIAS. Colombia ofrece otros incentivos para la industria de servicios como Zonas Francas tanto permanentes como uniempresariales competitivas: 15% de impuesto sobre la renta y posibilidad de vender en mercados locales hasta por 30 años, prorrogables; ni se causan ni pagan tributos aduaneros (IVA, ARANCEL). Exención de IVA para exportación transfronteriza de servicios consumidos en el exterior por personas o empresas que pueden tener vínculos económicos en Colombia. El Plan Vallejo de exportación de servicios permite importar con suspensión total o parcial de arancel y diferir el pago de IVA sobre bienes de capital indicados en el Decreto 2331 de 2001, que sean utilizados para prestar servicios exportados, deducción del 125% del Impuesto sobre la Renta sobre inversiones en desarrollo científico y tecnológico. A través del Programa de Transformación Productiva del Gobierno Nacional se busca convertir al Sector de Software y Servicios de TI de talla mundial. El Programa se fundamenta en el fortalecimiento y trabajo conjunto entre sector privado y público en las siguientes áreas: recurso humano, marco normativo, madurez de la industria e infraestructura

En el ámbito social se encuentran las siguientes asociaciones gremiales que regulan y reúnen a empresas comercializadores y productoras de software con el fin de crear alianzas competitivas. A continuación relaciono algunas asociaciones gremiales:

Comisión de regulación de las telecomunicaciones; Página Web: [www.crt.gov.co](http://www.crt.gov.co): Organismo regulador del mercado de las telecomunicaciones en Colombia, que tiene como propósito, promover tanto el desarrollo del sector, como la prestación eficiente de los servicios de telecomunicaciones a todos los usuarios.

Comisión nacional de televisión: La CNTV es una entidad estatal de origen constitucional, autónoma, que trabaja por la democratización, modernización, optimización y la calidad del servicio público de televisión. En Colombia este organismo está diseñado de tal manera que regula, gestiona, controla y vigila la prestación de las diferentes modalidades del servicio público de televisión.

Además encontramos en el sector el ministerio de comunicaciones: Entidad de gobierno encargada de ejercer las funciones de planeación, regulación y control de los servicios del sector de las telecomunicaciones, de los servicios informáticos,

y de telemática, de los servicios postales, etc. Esta información es de acuerdo con el numeral 1 de la ley 72 de 1989.<sup>32</sup>

Ministerio de comunicaciones: Entidad de gobierno encargada de ejercer las funciones de planeación, regulación y control de los servicios de sector de las telecomunicaciones, de los servicios informáticos, y de telemática, de los servicios postales, etc. Esta información es de acuerdo con el numeral 1 de la ley 72 de 1989.

Ministerio de comercio, industria y turismo: [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co): Es una entidad del gobierno, encargada de apoyar la actividad empresarial productora de bienes, servicios y tecnología con el fin de mejorar su competitividad e incentivar el mayor valor agregado en el mercado local e internacional.

Para referirse al entorno político y legal en Colombia el tema del Internet y derechos de autor ha dado un giro porque ha habido muchos inconvenientes de piratería, falsificación; es decir toda clase de manifestaciones corruptas hacia el sector. En Colombia actualmente se implementa una ley denominada la ley SOPA (Stop Online Piracy Act), la cual es un proyecto de ley que afecta el ambiente político y legal del sector del software. Es un proyecto de ley introducido en la cámara de representantes de Estados Unidos con el objetivo de ampliar las capacidades de los propietarios de derechos intelectuales para combatir el tráfico de contenidos en Internet y productos protegidos por derechos de autor o por la propiedad intelectual.

La propiedad intelectual es la denominación que recibe la protección legal sobre toda creación del talento o del ingenio humano, dentro del ámbito científico, literario, artístico, industrial o comercial. En el caso específico del software se hace referencia a la propiedad industrial por su parte, es la protección que se ejerce sobre las ideas que tienen aplicación en cualquier actividad del sector productivo o de servicios. En Colombia, para oficializar esta protección se requiere un registro formal en la superintendencia de industria y comercio y solo es válido durante algunos años.

La ley que mencionamos anteriormente protege a los autores de contenidos no dejando que sus propiedades intelectuales sean falsificadas; es por esto que es

---

<sup>32</sup> Comisión de regulación de telecomunicaciones; consultado el día 3 de Junio de 2012 a las 3:00pm, disponible en la página Web: [www.crcm.gov.co/index.php](http://www.crcm.gov.co/index.php) portal desarrollado por micrositios, república de Colombia.

Comisión nacional de televisión en liquidación; consultado el día 10 de Abril de 2012 a las 7:30 am, disponible en la página Web: [www.cntv.gov.co](http://www.cntv.gov.co), Bogotá DC.

una muy buena decisión decidir implementar dicha ley en el sector Colombiano. Esta ley contempla que los sitios hallados culpables de alojar, promover o vender contenido 'pirata' no podrán comerciar, ni tener publicidad, ni relación contractual con otros servicios de la red, incluyendo a aquellos por fuera de EE. UU.<sup>33</sup> En ese escenario, "un sitio web colombiano que se surta de piratería o sea denunciado en EE. UU., en el marco de esa ley, podría dejar de recibir servicios como el alojamiento de sus servidores o sistemas de pago electrónico, etc., que le provean empresas de EE. UU.", explicó Eduardo Santoyo, vicepresidente de asuntos corporativos de .Co Internet SAS, empresa que administra el dominio.CO.<sup>34</sup>

"Esa ley obliga a entidades de transmisión de información (prestadores de servicio de Internet) y a buscadores y portales de información, a responsabilizarse por el cuidado de los derechos de autor de los contenidos que transmiten o proveen",<sup>35</sup> afirmó Santoyo. "Es muy complicado para estos actores hacerse cargo de la legalidad de los contenidos que millones de usuarios publican", concluyó Santoyo.

Esto significa que Google, YouTube, Facebook, Twitter, por mencionar algunos, así como blogs, portales de universidades o de empresas, que dejan a sus usuarios publicar contenidos como videos, fotos o audios, deben responsabilizarse de que la información no viole el derecho de autor.

Es importante conocer estas reglamentaciones para proteger las creaciones de Geniar que en este caso se trata del Gqueue o gestor de filas el cual fue una idea de desarrollo para una empresa en específico que fue Coomeva y se fue perfeccionando hasta convertirla en un idea palpable e instalable en un computador, es un software terminado con características únicas y valores agregados diferentes a los de la competencia.

Otro gremio es la asociación colombiana de ingenieros. ACIEM: Es el gremio de la ingeniería colombiana, que trabaja en función de la actualización y capacitación

---

<sup>33</sup> Ley sobre servicios de la red. Ministerio de comunicaciones. [en línea]. [consultada el día 10 de Abril de 2012, a las 3:55pm]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/>.

<sup>34</sup> Iered. [en línea]. [consultado el día 13 de febrero de 2012]. Disponible en internet: [http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad\\_intelectual\\_en\\_la\\_legislacion\\_colombiana.html](http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad_intelectual_en_la_legislacion_colombiana.html)

<sup>35</sup> Ídem.



técnica de los profesionales en cada una de sus ramas, como medio para contribuir a la competitividad del mismo, al interior de sus empresas.<sup>36</sup>

La cámara colombiana de informática y telecomunicaciones: Es un organismo gremial que agrupa a las más importantes empresas privadas del sector telecomunicaciones e informática en Colombia. La cámara colombiana de informática y telecomunicaciones es la entidad gremial que agrupa a las empresas más importantes del sector de telecomunicaciones e informática en Colombia. La CCIT fue fundada en 1993, desde entonces ha desarrollado su gestión como organismo autorizado del sector privado, en sus relaciones con el Estado y la opinión pública.<sup>37</sup>

- **Centro de investigaciones de las telecomunicaciones- CINTEL.** Se encarga de un centro encargado de promover, coordinar y realizar proyectos de investigación, tecnológicos y estratégicos en el ámbito sectorial y empresarial.

En Colombia se instauró una ley contra los delitos informáticos; La Ley 1273 de 2009 creó nuevos tipos penales relacionados con los delitos informáticos y de protección de la información, con penas de prisión de hasta 120 meses y multa hasta 1500 SMLMV. El gobierno Colombiano modifica el código penal y se crea un nuevo bien jurídico denominado “de la protección de la información y de los datos”.<sup>38</sup>

La Ley de Linus hace referencia a afirmaciones realizadas por Linus Torvalds, ingeniero de software finlandés creador del Kernel Linux. La primera ley de Linus hace referencia a la capacidad de encontrar errores a abrir un programa a la comunidad, y la segunda ley hace referencia a la motivación para el desarrollo de código libre.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Aciem. [en línea]. [consultado el día 24 de Abril de 2012]. Disponible en internet: <http://www.aciem.org/home/>

<sup>37</sup> IXP. [en línea]. [consultada el 3 de agosto de 2012]. Disponible en internet: <http://www.ixp.net.co/contenido/ccit/articles-3>

<sup>38</sup> Cintel. [en línea]. [consultado el 27 de Febrero de 2012]. Disponible en internet: <http://www.cintel.org.co/>

<sup>39</sup> Ley de Linus. Wikipedia. [en línea]. [consultado el 17 de abril de 2012] disponible en internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Linus](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Linus)

También encontramos una ley denominada Ley de Brooks, es un principio utilizado en el desarrollo de software que afirma que añadir más efectivos a un proyecto de software en retraso lo retrasará más. La Ley de Books es que cuando se incorpora una persona en un proyecto, éste se vuelve más lento en lugar de acelerarse. Brooks también afirmó que Nueve mujeres no pueden tener un bebé en un mes<sup>40</sup>

En Colombia también se puede encontrar otra ley que es la LEY 1273 de 2009 por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.<sup>41</sup>

Artículo 269d: Daño Informático. El que, sin estar facultado para ello, destruya, dañe, borre, deteriore, altere o suprima datos informáticos, o un sistema de tratamiento de información o sus partes o componentes lógicos, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 269E: Uso de software malicioso. El que, sin estar facultado para ello, produzca, trafique, adquiera, distribuya, venda, envíe, introduzca o extraiga del territorio nacional software malicioso u otros programas de computación de efectos dañinos, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 269F: Violación de datos personales. El que, sin estar facultado para ello, con provecho propio o de un tercero, obtenga, compile, sustraiga, ofrezca, venda, intercambie, envíe, compre, intercepte, divulgue, modifique o emplee códigos personales, datos personales contenidos en ficheros, archivos, bases de datos o medios semejantes, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

---

<sup>40</sup> Ley de Books. Wikipedia. [en línea]. [consultado el día 13 de Mayo de 2012]. Disponible en internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Brooks](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Brooks)

<sup>41</sup> Congreso de la república. Ley 1273 de 2009 (enero 5) Diario Oficial No. 47.223 de 5 de enero de 2009. [en línea]. [consultado el día 24 de Mayo de 2014]. Disponible en internet: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley\\_1273\\_2009.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley_1273_2009.html)

Artículo 269G: Suplantación de sitios web para capturar datos personales. El que con objeto ilícito y sin estar facultado para ello, diseñe, desarrolle, trafique, venda, ejecute, programe o envíe páginas electrónicas, enlaces o ventanas emergentes, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave.

Encontramos una serie de ferias y congresos en donde empresas productoras y distribuidoras de software asisten con el fin de establecer charlas que lleguen a una posible negociación. Es una buena oportunidad para ampliar las bases de datos y corregir todos los problemas.

#### **10.14. FERIAS Y ASOCIACIONES GREMIALES DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA**

Campus Party: Se trata de un evento organizado por Corferias; El evento es realizado en la ciudad de Bogotá. El evento se realiza anualmente del 28 de junio al 5 de julio de cada año. Es realizado en el centro internacional de negocios y exposiciones. Está en ubicado en la Cra 37 # 24-67 en Bogotá.

Su página Web es [www.corferias.com](http://www.corferias.com). Link de interés: [http://www.corferias.com/index.cfm?doc=quienes\\_somos&ids=1](http://www.corferias.com/index.cfm?doc=quienes_somos&ids=1)

- **Expociencia y Expotecnología.** Es un evento organizado por Corferias, Tel: 3810000 Fax: 4282622. Se ubica en la ciudad de Bogotá- Colombia y tiene una periodicidad de 6 días, arranca desde el 24 de Octubre al 30 de Octubre de y se hace anualmente. Para mayor información se puede visitar la página Web: <http://acac.org.co/pnac/xii-expociencia-expotecnologia-2011/>

Encontramos CIBERPLAY que es una organización vanguardista en la creación de software se ubica en la Cra 17 No. 33ª31, Bogotá, Colombia. Se ubica en los Teléfonos 4820745, 4820745, o en el e-mail [ciberplay@etb.net.co](mailto:ciberplay@etb.net.co) o en la página Web: [www.pwpetb.net.co/ciberplay](http://www.pwpetb.net.co/ciberplay).

También encontramos la empresa COMPUTER WORLD ubicada en la Cra 90 no. 156-19 piso 4, Bogotá DC. El correo electrónico de contacto es [cvillate@computerworld.com.co](mailto:cvillate@computerworld.com.co), Página Web: [www.computerworld.com.co](http://www.computerworld.com.co)

Se encuentra otra asociación en el sector software y se trata del editorial de medios digitales que se encuentra en la calle 22 no 43b-42, Bogotá, distrito capital Colombia, Teléfonos: 5621928-5606413, o en el correo electrónico [info@emdigitales.com](mailto:info@emdigitales.com), Página Web: [www.emdigitales.com](http://www.emdigitales.com). También en cali en el centro de eventos valle del pacífico, Cali-Valle.

Se encuentra también el congreso nacional y andino de las telecomunicaciones ANDICOM, Lugar: Centro de convenciones y exposiciones Cartagena De Indias, en tres días que corresponden al 28,29 y 30 de octubre.<sup>42</sup>

En Bogotá se realiza la feria de la tecnología en el centro internacional de negocios y exposiciones CORFERIAS.

#### **10.15. ASOCIACIONES GREMIALES DEL SECTOR SOFTWARE EN COLOMBIA**

(BSA): Business software Alliance. La cual es una organización dedicada a promover un mundo digital seguro y legal. Fundada en 1988, BSA, cuenta con presencia directa en 60 países en todo el mundo. [www.bsa.org](http://www.bsa.org).

Se encuentra Federación Colombiana de la Industria del software y tecnologías informáticas relacionadas: Entidad privada, sin ánimo de lucro que agremia y representa la industria del software y que tiene como misión mejorar las condiciones para el desarrollo del sector, creando interacción entre empresarios, academia y gobierno.

Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología – Colciencias: es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al

---

<sup>42</sup> Lo Mas Élite. Corferias; [en línea]. [Consultado el día 15 de Abril de 2012 a las 5:45 Pm]. Disponible en internet: [www.lomaselite.com/campus-party-regresa-a-colombia-2012-2-8525](http://www.lomaselite.com/campus-party-regresa-a-colombia-2012-2-8525)

Asociación colombiana para el avance de la ciencia, Expociencia y expotecnología 2012; [en línea]. [Consultado el día 16 de Abril de 2012 a las 9:45pm]. Disponible en internet: [www.acac.org.co/pnac/xii-expociencia-y-expotecnologia-2012/](http://www.acac.org.co/pnac/xii-expociencia-y-expotecnologia-2012/).

Ciberplay software interdisciplinario. [consultado el día 16 de Abril a las 10:15 pm]. Disponible en internet: [www.colmac.edu.co/paginas/cd-ciberplay\\_texto\\_html](http://www.colmac.edu.co/paginas/cd-ciberplay_texto_html).

Computer World. [en línea]. [Consultado el día 17 de Abril de 2012 a las 11:00pm]. Disponible en internet: [www.computerworld.com.co](http://www.computerworld.com.co)

Departamento Nacional de Planeación, DNP, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, establecida en 1968 mediante el Decreto 2869 , que ha sido la entidad oficial líder en el fomento y el desarrollo de las actividades de ciencia y tecnología - C y Ten Colombia, inicialmente como Fondo Colombiano de Investigaciones Científicas y Proyectos Especiales "Francisco José de Caldas, Colciencias" y desde 1991 como Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología.

Comisión de Apoyo de la Tecnología Informática: es el centro de desarrollo tecnológico (CDT): Creado como Entidad sin ánimo de lucro con fines tecnológicos, científicos y de investigación en los sectores de Informática y tecnologías relacionadas.<sup>43</sup>

Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas: Organización sin ánimo de lucro que agrupa a más de 1.500 profesionales en el área de sistemas. ACIS nació en 1975agrupando entonces a un número pequeño de profesionales en sistemas. Es el gremio delos Ingenieros de Sistemas participante en el desarrollo nacional.<sup>44</sup>

Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT): organización gremial que agrupa a las más importantes empresas privadas del sector de telecomunicaciones e informática en Colombia. Fundada en 1993 como órgano autorizado del sector privado, en sus relaciones con el Estado y con la opinión pública.<sup>45</sup>

Centro de Apoyo de la Tecnología Informática: es el centro de desarrollo tecnológico (CDT): Creado como Entidad sin ánimo de lucro con fines tecnológicos, científicos y de investigación en los sectores de Informática y tecnologías relacionadas<http://www.cati.org.co>

---

<sup>43</sup> Cati. [en línea]. [consultado el 5 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.cati.org.co>

<sup>44</sup> Acis. [en línea]. [Consultado el 9 de mayo de 2012]. Disponible internet: [www.acis.org.co](http://www.acis.org.co)

<sup>45</sup> Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones. [en línea]. [consultado el día 9 de Agosto de 2012]. Disponible internet: [www.ccit.org.co](http://www.ccit.org.co)

#### **10.16. COSTO DE LICENCIA ORACLE PARA UTILIZAR DE MANERA LICENCIADA PLATAFORMAS PARA LA CREACIÓN DE BASES DE DATOS.**

Independiente de cual sector vaya a utilizar la herramienta para gestión de colas, la empresa debe adquirir de manera obligatoria una licencia para utilizar el software y en el caso de GENIAR es una licencia propiedad de ORACLE. Según la lista oficial de precios de Oracle la licencia para gestionar bases de datos cuesta 3,500 dólares y según la tasa de cambio del día de hoy que está en: us\$1795, lo que corresponde a: 5.385.000 que sería lo que tendría que pagar la empresa que va a utilizar el software. Esta licencia es el permiso legal que otorga Oracle para que se pueda utilizar su software de base de datos como plataforma para desarrollar GQUEUE.<sup>46</sup>

#### **10.17. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (MEFE).**

Para la construcción de la matriz de evaluación de factores externos debe de realizarse una auditoría externa, a partir de la selección de variables medio ambientales claves / Sociales, económicas, políticas, tecnológicas y la competencia, en la etapa 1 se localizan las fuentes de información más indicadas, en la etapa 2, se proyectan las variables medio-ambientales más importantes, en la etapa 3 el análisis de la evaluación de la MEFE, les permite a los estrategas resumir y evaluar toda esa información.

---

<sup>46</sup> Oracle. [en línea]. [consultado el día 4 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.oracle.com/us/corporate/pricing/technology-price-list-070617.pdf>

Cuadro 6. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) al producto Gqueue.

Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)				
Factores externos claves		Peso	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES	Segmento potencial en los mercados industriales: Salud y Financiero	0.15	4	0.6
	Segmento pymes en crecimiento con ausencia de sistemas informáticos.	0.15	4	0.6
	Alianzas estratégicas con casas reconocidas productoras de software y hardware	0.1	3	0.3
	Segmento financiero en crecimiento por el ingreso de nuevas entidades bancarias.	0.1	3	0.3
AMENAZAS	Empresas que producen a bajos costos y ofrecen precios muy bajos.	0.1	2	0.2
	Competencia con mayor número de alianzas estratégicas	0.15	1	0.15
	Desarrollo de software libre para pymes.	0.1	2	0.2
	Piratería y falsificación d derechos de autor..	0.15	1	0.15
Total		1		2.5

Fuente: BELTRÁN Amador, Alfredo. VILLEGAS Orrego, Fabio. Plan de marketing; Modelo para alcanzar el éxito en el mercado; Oportunidad mayor: 4, Oportunidad Menor:3, Amenaza menor: 2, Amenaza mayor:1

**Conclusiones.** La matriz MEFE permite tener una visión de los factores externos claves para lograr el éxito en el mercado. Gracias al análisis de la matriz las dos amenazas de menor peso son: Las empresas que producen a costos bajos y el desarrollo de software libre para Pymes con calificación de 0.10. No obstante en el cuadro también se pueden observar dos amenazas mayores que son: competencia con mayor número de alianzas estratégicas y la piratería y falsificación de derechos de autor. Por otro lado encontramos que como oportunidades mayores están las variables: segmento potencial en los sectores: Salud y Financiero, y segmento Pymes en crecimiento con ausencia se sistemas informáticos; y como oportunidades menores se encuentran: Alianzas estrategicas con casas reconocidas productoras de software y de hardware y segmento financiero en crecimiento gracias al ingreso de nuevas entidades bancarias.

#### 10.18. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR INTERNO (MEFI) PARA EL PRODUCTO GQUEUE

La matriz de factores internos corresponde a una ayuda de marketing para la etapa final y corresponde a una herramienta estratégica que resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades del marketing.

Cuadro 7. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)				
Factores Internos Claves		Peso	Calificación	Total Ponderado
FORTALEZAS	Excelente capital humano especializados en temas como BPM, BI Y ARQUITECTURA	0.15	4	0.6
	Amplio portafolio de servicios adaptados a los diferentes tipos de segmento	0.15	3	0.45
	Good will y buen reconocimiento en el mercado	0.10	4	0.4
	Capacidad de generar nuevos productos a través de un departamento de I&D.	0.10	3	0.3
DEBILIDADES	Baja participación en el mercado del software empaquetado	0.15	2	0.3
	Ausencia de un departamento de mercadeo, ventas y publicidad.	0.10	1	0.1
	Deficiencias en la prestación de servicio al cliente.	0.10	2	0.2
	Pocos clientes y elevados costos fijos además de falta de infraestructura y cap.int.	0.15	1	0.15
Total		1.00		2.50

Fuente: BELTRÁN Amador, Alfredo. VILLEGAS Orrego, Fabio. Plan de marketing; Modelo para alcanzar el éxito en el mercado; Oportunidad mayor: 4, Oportunidad Menor:3, Amenaza menor: 2, Amenaza mayor:1

**Conclusiones.** Las fortalezas mayores de la empresa son que cuenta con un amplio capital humano profesional y especializado en temas de BPM, BI Y ARQUITECTURA; y el good wil y buen reconocimiento en el mercado; las fortalezas menores son: el amplio portafolio de servicios adaptados a los diferentes tipos de segmento y la capacidad de generar nuevos productos y servicios a través de un departamento de Investigación y Desarrollo. Por el lado de las debilidades se encuentran como debilidad mayor: Pocos clientes y elevados costos fijos además de falta de infraestructura y capacidad instalada; y también la ausencia de un departamento de mercadeo, ventas y publicidad; y como debilidad menor se encuentran: Baja participación en el mercado del software empaquetado y deficiencias en la prestación del servicio al cliente.

#### 10.19. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO O MATRIZ DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO(MAFE)

Geniar es más fuerte que Ingetronik; sin embargo la empresa Tecnoturnos es más fuerte que las otras dos. El nivel de compatibilidad del software con el sistema operativo es el factor más determinante del éxito, tal como lo indica el peso de 0.30, para el segundo factor clave de éxito es el nivel de adaptación por parte del software a los requerimientos de cada empresa que actúa en cada sector.



**Cuadro 8. Matriz del perfil competitivo.**

<b>MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO</b>							
<b>FACTORES CLAVES DE EXITO</b>							
		GENIAR		INGETRONIK		TECNOTURNOS	
	Ponderación.	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Compatibilidad del software con el sistema operativo.	0.1	3	0.3	3	0.2	2	0.2
Relacion entre los precios y la calidad de los productos	0.05	2	0.1	4	0.2	3	0.15
Capacidad de proveer el hardware necesario para correr el software	0.1	1	0.1	4	0.4	4	0.4
Nivel de adaptación a los requerimientos de cada empresa	0.15	4	0.6	4	0.6	3	0.45
Estrategias de marketing y relaciones públicas.	0.1	1	0.1	3	0.3	2	0.2
Reconocimiento del nombre y la imagen del producto en el mercado.	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Servicio al cliente.	0.15	2	0.3	3	0.45	2	0.3
Capacitación técnica y comercial de la fuerza de ventas.	0.1	1	0.1	2	0.2	3	0.3
Capital de trabajo y capacidad instalada.	0.05	3	0.15	2	0.1	3	0.15
Capacidad de producción y tamaño del volumen de ventas.	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3
<b>Total resultado ponderado</b>	<b>1</b>		<b>2.25</b>		<b>3.15</b>		<b>2.75</b>

## 10.20. LA MATRIZ DE FORTALEZAS, AMENAZAS, DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (FADO).

Las cuatro celdas se identifican como: FO, DO, FA Y Da Y se elaboran después de que las celdas de los factores claves, denominadas F, D, O y A se han concluido.

**Cuadro 9. Matriz FADO.**

	<b>Oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Mercado potencial para Gqueue en el segmento Pymes.</li> <li>•Reglamentaciones gubernamentales favorecen empresas productoras de software en Colombia.</li> <li>•Segmento Pyme en crecimiento con ausencia de herramientas informáticas.</li> <li>•Generación de alianzas con proveedores de software y hardware.</li> </ul>	<b>Amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Piratería y operación clandestina a bajos costos.</li> <li>•Ausencia de cultura en los usuarios hacia el manejo de este tipo de software</li> <li>•Competencia bien posicionada en el mercado con buenas alianzas estratégicas.</li> </ul>
<b>Debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Baja participación en el mercado del software empaquetado.</li> <li>•Ausencia de un departamento de marketing y publicidad.</li> <li>•Deficiencias en la prestación de servicio al cliente.</li> <li>•Pocos clientes y elevados costos fijos.</li> <li>•Poca capacitación en ventas de los ingenieros de sistemas.</li> <li>•Ausencia de un área administrativa y contable.</li> </ul>	<b>DO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Para superar la baja participación en el mercado por parte de Gqueue se debe implementar una fuerza de ventas.</li> <li>•Implementación de un área de mercadeo y publicidad que dirija comercialmente a Gqueue.</li> </ul>	<b>DA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Mejorar el servicio al cliente implementando un contact center y un demo promocional.</li> <li>•Capacitar a los ingenieros de sistemas en temas de marketing y publicidad.</li> </ul>
<b>Fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Capital humano capacitado en BPM, BI y Arquitectura.</li> <li>•Amplio portafolio de servicios.</li> <li>•Good will y buena reputación en el sector salud.</li> <li>•Cumplimiento en los tiempos de entrega.</li> <li>•Capacidad de adaptación a las necesidades de las empresas.</li> </ul>	<b>FO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Utilizar el capital intelectual de los ingenieros para llegar con valores agregados a las pymes.</li> <li>•Aprovechar el reconocimiento que se tiene con los clientes para generar alianzas estratégicas.</li> </ul>	<b>FA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Contrarrestar la piratería garantizando la legalidad de los productos y servicios.</li> <li>•Diseñar estrategia de posicionamiento para Geniar y lanzamiento del producto Gqueue.</li> <li>•Capacitar a los clientes de Gqueue para que enseñen al usuario final a utilizar el servicio y se cree cultura.</li> </ul>

## **10.21. PLAN DE MARKETING PARA EL PRODUCTO GQUEUE EL CUAL SE VA A APLICAR EN EL AÑO 2013.**

**10.21.1. Objetivo general del plan de marketing.** Posicionar el GQUEUE como el gestor de colas con mayor capacidad de adaptación a los requerimientos de los sectores: Financiero y Salud esto gracias a la ayuda de la plataforma de Oracle

### **10.21.2. Objetivos específicos**

- Constituir una fuerza de ventas estructurada con dos frentes de ataque: Un frente dedicado a persuadir al sector salud y otro frente dedicado a persuadir al sector financiero , de manera que la empresa pueda atender los requerimientos de los dos sectores que constituyen el mercado potencial.
- Aumentar el portafolio de clientes actuales en un 50% para finales del año 2013. (Al cierre del 2013 contar con al menos 6 clientes.
- Consolidar para el año 2013 un portafolio de clientes constituido por dos empresas de cada sector para finales del año 2013.
- Incrementar las ventas del gestor de colas GQUEUE en un 20% con relación al año 2012, (se utiliza una estimación porcentual del 20% ya que no se cuentan con datos específicos de la participación del mercado con Gqueue).
- Aumentar los ingresos por concepto de actualizaciones del software a los clientes actuales.
- Conformar una campaña publicitaria en donde se haga un lanzamiento del producto.

### **10.21.3. Mezcla de mercadeo para “GQUEUE”.**

**Producto.** Una serie de políticas de marketing define la naturaleza de los productos en que se va a concentrar el negocio y que ofrece a sus mercados objetivos. Es por esto que la empresa debe tomar una estrategia para las

diferentes líneas de producto, el nivel de refinamiento técnico, y el objetivo de nivel de calidad del producto con respecto de los competidores.

Gqueue debe ser un producto diferenciado, y con atributos únicos que lo hagan diferenciarse en el mercado, debe ofrecer un producto integral que garantice plena satisfacción tanto del cliente como del equipo de trabajo de la empresa. El producto se va a vender junto con una futura de innovación que permita generar un cambio radical en la atención a los clientes. Las personas van a estar más tranquilas y organizadas a la hora de esperar su turno, es por esto que cuando llegue su turno la persona va a estar con mejor disposición y se va a sentir mejor atendida. También la posibilidad que brinda el Gqueue de analizar el desempeño de los diferentes puestos de trabajo arrojando datos estadísticos que permiten analizar los puntos clave de la atención y así tomar medidas que corrijan el rumbo hacia el cumplimiento de los objetivos.

El producto se llama GQUEUE y se trata de un software el cual es una solución para los procesos de las empresas. Este producto terminado se adapta a las necesidades específicas de cada sector creando prototipos específicos de acuerdo a la necesidad de cada empresa. Existe dos versiones del producto, una versión estándar y una versión plus y esto depende del poder adquisitivo de la empresa.

Cuadro 10. Comparación precio-versión estándar contra la versión completa.

	<b>Versión Basic o Estándar.</b>	<b>Versión Plus o Completa.</b>	
Gqueue	Software basic+Instalación+Capacitacion+6 meses de soporte.	Software Plus +Hardware+ Capacitación+1 Año de soporte.	
Precio:	\$3.100.000	\$4.500.000	

El producto es fabricado tomando los requerimientos en la empresa y posteriormente se llevan esas necesidades a un lenguaje computacional lo que permite que el software sea adaptado y modificado de acuerdo a necesidades específicas de cada empresa. Posteriormente el software requiere de modificaciones y adaptaciones que permitan lograr el mejor desempeño posible de manera que los objetivos de servicio de la organización se cumplan.

Cuadro 11. Comparación de las dos versiones de GQUEUE.

	<b>Versión Estándar.</b>	<b>Versión Plus.</b>
Gqueue	Versión estandarizada para los mercados industriales: Salud, Financiero y Transporte, se vende lista para ser instalada en el sistema operativo puede ser Pentium III o superior, 1.0 Ghz con 512 MB de Ram, Windows 2000, XP, Vista o superior Windows 2000, XP, Vista o Superior. La idea es vender un software empaquetado listo para ser instalado en los sistemas operativos de las empresas. Se trata de una versión básica, económica, pero útil y eficiente que satisface todas las necesidades en cuanto a la organización y manejo de las filas de clientes que se forman en los puntos de atención a clientes.	Con la versión plus se pretende brindar excelentes valores agregados, capacitación personalizada y análisis de los resultados operativos para la toma de decisiones, un hardware de punta en todos los puntos físicos del gestor de filas, que garantice innovación. Esto creará una nueva cultura en la atención a los clientes debido a que son más eficientes todos los procesos. La posibilidad de publicitar en las pantallas con anuncios de mercadeo, información sobre temas de interés que mantengan a los clientes entretenidos pero a la vez los culturicen y aprendan temas de la empresa y del entorno en el que están.
	Ambos paquetes incluyen el calificador del servicio: El cual es una herramienta que sirve para darle una calificación a la percepción del servicio que se tuvo en el momento de la atención y el direccionamiento hacia el puesto de atención. Los criterios de calificación del servicio son: Bueno, Regular, Malo.	Ambos paquetes incluyen el calificador del servicio: El cual es una herramienta que sirve para darle una calificación a la percepción del servicio que se tuvo en el momento de la atención y el direccionamiento hacia el puesto de atención. Los criterios de calificación del servicio son: Bueno, Regular, Malo.

La implementación del Gqueue en los puntos de atención de la organización va a traer beneficios para los clientes y los recursos humanos.

G-Queue apoya los objetivos estratégicos encaminados a la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa, ayuda a reducir las colas físicas y mejora el entorno laboral, también simplifica el proceso de atención, con el mismo ticket el cliente puede ser atendido en diferentes áreas de servicio. El software que ofrece a empresa ayuda a mejorar la imagen de la organización, generando credibilidad y confianza, gracias a que estás herramientas de atención inteligente son lo que usan las mejores empresas en sus procesos de atención. Estos factores anteriores ayudan a conseguir lealtad con los clientes mediante el aumento de la

calidad del servicio: Mide y evalúa el rendimiento de los recursos humanos, a través de metas, permite gestionar la atención de los usuarios de la gestión de colas. El Gqueue permite dimensionar la atención y la operación para conseguir la asignación de recursos adecuada. Sus mejores clientes tendrán prioridad en la atención, reduciendo el tiempo de espera.

El producto como tal es el software empaquetado que viene en una caja con manual, instrucciones, las características del producto por la parte de atrás del empaque. Se trata de un CD que no se raya fácilmente ya que está hecho mediante un proceso de estampación que permite que los datos queden por debajo de esa capa. El empaque será de color negro y en frente estará el nombre del producto: GQUEUE; estrategia de posicionamiento: "El que mejor se adapta a sus necesidades".

El producto se llama GQUEUE y se trata de un software el cual es una solución para los procesos de las empresas. Este producto terminado se adapta a las necesidades específicas de cada sector creando prototipos específicos de acuerdo a la necesidad de cada empresa. Existe dos versiones del producto, una versión estándar y una versión plus y esto depende de la capacidad de inversión en nuevas tecnologías por parte de la empresa.

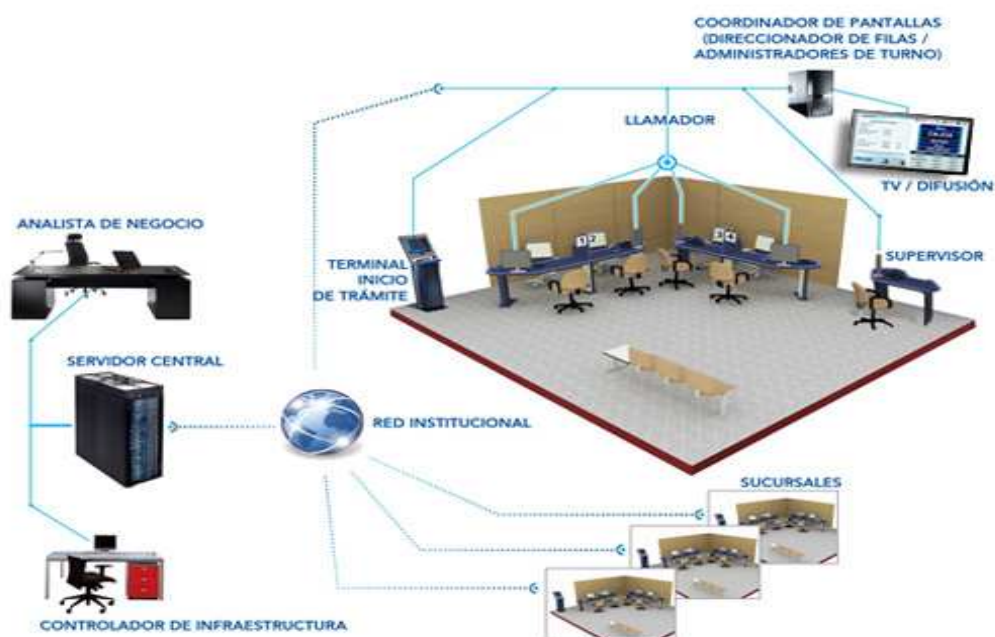
El producto es fabricado tomando los requerimientos de la empresa y posteriormente se llevan esas necesidades a un lenguaje computacional lo que permite que el software sea adaptado y modificado de acuerdo a cada empresa. Se trabaja sobre una plataforma de Oracle sobre la cual se desarrolla el software a la medida. En la actualidad el producto está funcionando para el sector salud, desperdiciando otros mercados potenciales como el de las Pymes o los segmentos salud, financiero y transporte.

La idea con la versión estándar es que esta versión está diseñada para los tres sectores a los que se va a dirigir Gqueue que son el sector salud, transporte y financiero en se venda el paquete listo para ser instalada en los diferentes sistemas operativos. Se trata de una versión básica y económica, pero útil y eficiente que satisface todas las necesidades en cuanto a la organización y manejo de clientes en las inmensas filas que se forman.

Con la versión plus se pretende brindar excelentes valores agregados, capacitación personalizada y análisis de los resultados operativos para la toma de decisiones, un hardware de punta en todos los puntos físicos del gestor de filas, que garantice innovación. Esto creará una nueva cultura en la atención a los

clientes debido a que se harán más eficientes todos los procesos. La posibilidad de publicar en las pantallas con anuncios de mercadeo, información sobre temas de interés que mantengan a los clientes entretenidos pero a la vez los culturicen y aprendan temas de la empresa y del entorno en el que están, se hagan ofertas de productos y servicios y en general estrategias de publicidad en las pantallas LCD.

Gráfico 22. Ejemplo proceso de atención con el gestor de colas.



Fuente: Qm-cas, [en línea]. [Consultado el día 5 de Marzo de 2012]. Disponible en internet: <http://www.qm-cas.com>

El producto consta de una pantalla Touch en la entrada de la empresa, la base de datos funcionan desde el servidor y ahí se conecta el programa al toma madre de telecomunicaciones de la empresa; posteriormente el programa se carga en cada terminal de trabajo en los sistemas operativos de los equipos y se configuran con un número para que en el momento de la atención el cliente lo reconozca, y encontramos las pantallas LCD de 50 pulgadas las cuales mostrar el contenido final del gestor de filas, toda la publicidad y la información será configurada y personalizada de acuerdo a los gustos de cada cliente.

**Precio.** Al realizar este proyecto me detuve a pensar si es necesario ofrecer un producto cuyo precio sea bajo con respecto al de los competidores o si por el contrario ofrecer un producto con un precio un poco más elevado serían lo más

conveniente para implementar una política de precio sobre Gqueue. Pero así mismo dar una mejor calidad al producto. Brindando un producto diferenciado, aunque el sacrificio sea altos costos y se requieran precios más elevados a los clientes, pero por consiguiente se agregaría valor al producto por lo que es congruente cobrar un precio más alto.

Para el precio del GQUEUE al existir dos versiones también existen dos precios que serían de 2.500.000 la versión estándar y de 4.500.000 la versión Plus, estos precios corresponden solo al software como tal que es el sistema que se instala en los puntos de atención y mediante el cual se controlan las filas. El precio varía dependiendo del hardware que se desee instalar o de las personalizaciones que haya que hacerse de acuerdo a requerimientos específicos de la empresa y el sector. Se pretende buscar alianzas con proveedores de hardware.

Para este proyecto la idea es fijar una estrategia dinámica de precios debido a que se trata de fijar precios diferentes dependiendo de los consumidores y de situaciones individuales. Entonces los precios varían dependiendo de las horas de trabajo de los ingenieros que tiene que realizar modificaciones y adaptaciones en la empresa y son quienes a la larga marcan el valor que se debe cobrar.

La principal materia prima para la producción de software es la capacidad intelectual y la posibilidad de acceder a nuevas tecnologías que permita ser más competitivos en el mercado. Se trata de ingenieros de sistemas capacitados en temas específicos como BPM, BI, y ARQUITECTURA de software los cuales trabajan sobre plataformas de Oracle y JAVA, lo que les permite desarrollar un software bien competitivo para el mercado colombiano con elevados estándares de calidad que garanticen competitividad del negocio tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

**Promoción.** Para la promoción del producto se van a utilizar una serie de mecanismos a través de una campaña publicitaria con su respectivo BRIEF Publicitario en donde se direccionen los objetivos de la campaña de lanzamiento del producto al mercado; utilizar los diferentes medios de comunicación para comunicar el producto. Por medio de una página Web los clientes podrán descargar un demo del programa donde podrán enterarse de los beneficios del producto de manera interactiva. También por medio de stands en las ferias del software haciendo publicidad y relaciones públicas con la marca.

También se puede contemplar de idea de generar una estrategia de publicidad, repartiendo información de los productos y servicios de la empresa en Brochure



en las diferentes empresas del mercado potencial. También se podría utilizar publicidad Above the line y Below the line para dar a conocer el producto.

Para la promoción de la fuerza de ventas se trata de ubicar a personal capacitado en las diferentes empresas;( porque para este tipo de producto toca implementar fuerza de ventas), identificando falencias en el proceso y creando la necesidad en la empresa y transmitiendo esta debilidad a las directivas para que tomen medidas en el asunto. La fuerza de ventas debe estar integrada por ingenieros informáticos expertos en los temas de interés del sector y también deben ser personas con experiencia en ventas y en servicio al cliente, no obstante deben ser personas capacitadas como estrategias y con técnicas de ventas y también en servicio al cliente.

Una estrategia de promoción para Gqueue va a ser que por la compra del paquete plus del producto recibe a mitad de precio dos televisores LCD que serían instalados en las salas de espera para comunicar el turno y la información de interés y los cuales serían suministrados gracias a la alianza con los proveedores de hardware. Esto debido a que GENIAR busca distribuir el hardware necesario para el funcionamiento de Gqueue; de esta manera brindar a los clientes una propuesta de valor agregado que a largo plazo genere mayor fidelización debido a que con un solo proveedor puede suplir todas sus necesidades.

Por otro lado si lo que se quiere es ganar participación en el mercado la fuerza de ventas deberá moverse exhaustivamente en el mercado identificando falencias y con la intención de generar una venta del producto. Para este punto es clave la capacitación del personal en temas de marketing y ventas, es de suma importancia porque así se tienen mejores ofertas de valor agregado a los clientes y se puede contrarrestar la competencia. Parte de la competitividad de la empresa está en capacitar a los ingenieros en temas específicos y trabajar en la consecución de certificaciones tanto para el capital humano como para la empresa.

La fuerza de ventas dirigirá sus esfuerzos hacia los gerentes de tecnología o de informática de las empresas seleccionados y se deberá conseguir una cita con el funcionario de la empresa de manera que se pueda intercambiar información y mostrar las ventajas que el software traería para la empresa, lo que se pretende es recoger una serie de información y posteriormente hacer Mailing a los clientes y grupos focales en los que se traten temas de interés de la industria del software y se puedan retroalimentar unos de otros.

Se implementaran sesiones de Focus Group con los principales gerentes de TI de las empresas correspondientes a mercado potencial. En estas sesiones de grupo se hablará sobre temas de interés del sector y a la vez se centrará en darles a conocer como el Gqueue puede mejorar los procesos en sus empresas facilitando los procesos de atención a clientes, también contribuyendo a la organización sistematizada de toda la información de manera que los procesos del capital humano sean más eficientes, finalmente se aplica una encuesta con el fin de conocer puntos clave y obtener una base de datos detallada de los clientes potenciales con para que con una identificación previa de las necesidades se pueda dar una propuesta de valor agregado

## **10.22. DISTRIBUCIÓN**

La estrategia de distribución que se va a implementar va a ser una estrategia de distribución selectiva que consta de poner el producto en lugares cuidadosamente analizados con el fin de reducir en gran manera el número de intermediarios, en este mercado los clientes buscan relación calidad precio por esto hay que garantizar una política que estandarice los precios y no permita la venta del producto con venta cruzada de hardware.

En cuanto a la distribución del Gqueue los clientes pueden obtener el producto directamente en las instalaciones de Geniar en donde serán asesorados por los ingenieros y tendrán la posibilidad de obtener cualquiera de las dos versiones del programa. El producto también se ubicará en los puntos de venta minoristas de hardware y software ubicados en sectores del norte y sur de la ciudad de Cali. No obstante por medio de la página Web de la empresa los clientes podrán encontrar toda la información del producto, así como también la asesoría personalizada de un ingeniero quien estará en video chat para atender cualquier inquietud las 24 horas del día. Se trata de disponer un profesional en Ingeniería Informática que este disponible las 24 horas para brindar soporte técnico en caso de fallas o errores en el sistema. Con la disponibilidad de este servicio las 24 horas se dirige este proyecto de distribución de manera que la relación con los clientes mejore y por consiguiente el servicio postventa.

Se pretende utilizar estrategias de mercadeo electrónico para llegar al mercado virtual por medio de e-marketplace con un demo del producto y la posibilidad de realizar la compra online.

Para la distribución del producto Gqueue plus se va a realizar mediante una fuerza de ventas ubicando selectivamente el mercado potencial el producto, la idea es dirigirse a las entidades financieras y el sector salud ubicando la fuerza de venta

en las instalaciones de la empresa quienes sean los encargados de toda la capacidad instalada para el correcto funcionamiento del software. Para la versión estándar se pretende distribuir en diferentes locales comerciales que distribuyen software y hardware al por menor. También con este producto nos podríamos dirigir al segmento de empresas distribuidoras al por mayor de software y a la vez de hardware.

### **10.23. ESTRUCTURA COMERCIAL**

En cuanto a GENIAR lo que se pretende con este proyecto es que se contemple como una opción necesaria estructurar un área comercial (Mercadeo Y Publicidad). La opción de estructurar un plan de mercadeo que permita a la empresa direccionarse hacia objetivos comerciales que logren aumentar la participación de la empresa en el mercado captando clientes efectivos y que se pueda llevar a cabo con ellos un proceso de fidelización.

Para que la comercialización del producto sea efectiva se pretende contar con dos frentes de trabajo es decir dos equipos de trabajo que se dirijan a los dos segmentos meta del mercado que son: Sector financiero y Sector Salud. Se trata de tener estos tres equipos capacitados en temas técnicos de cada sector de manera que pueda brindar la mejor propuesta de valor al cliente persuadiéndolo en adquirir el producto. Las personas integrantes de estos equipos serán vendedores experimentados y profesionales a los cuales se les capacitará en temas como BPM, BI, y arquitectura de software, volverlos unos expertos en el sector y salgan a dirigirse a estos segmentos que son los que presentan crecimiento vertiginoso en la actualidad.

A pesar de contar con una fuerza de venta también hay que utilizar diferentes canales de distribución para que el producto llegue al consumidor final. En este caso es necesario contar con una política de precios unificada que permita establecer un precio promedio de venta y este sea manejado de igual manera tanto por la fuerza interna en este caso la fuerza de ventas o por fuerza externa que corresponde a los intermediarios que comercializarían los productos y servicios de Geniar.

La política de precios debe ser unificada para darle al mercado credibilidad porque tomando un Ejemplo si al ingeniero de operaciones de Bancolombia lo atiende un vendedor de Gqueue y le da un precio y por otro lado un intermediario le ofrece más caro ese cliente quedará con una mala imagen, en este caso de Geniar.

Crear dos unidades de negocio contando con dos especialistas: uno en el sector salud y el otro en entidades financieras.

#### **10.24. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE GQUEUE**

Por medio de un software empaquetado de calidad con dos versiones estándar y plus llegar al mercado de instituciones con un precio relativamente bajo para que el negocio sea el servicio postventa, de tal manera que el producto sea personalizado para cada sector en específico dándole más importancia a unos atributos que a otros.

Lo que se busca con este proyecto es comercializar el producto bajo la propuesta de valor de Gqueue “Gestion de Filas” como: “El que mejor se adapta a los requerimientos de las empresas.

La idea es lograr posicionar a GQUEUE en el mercado del software a nivel de la ciudad de Cali, como un programa cuya relación calidad y precio sean excelentes y que éste satisfaga a cabalidad la necesidad de sus clientes por medio de los valores agregados que se generen en el producto o el

#### **10.25. ESTRATEGIA DE PRECIO**

Para la estrategia de precio de GQUEUE se implementará una estrategia de precio opcional. En donde el producto se va a comercializar como un bien complementario del el correcto funcionamiento de las empresas. Los productos complementarios deben buscar un beneficio global conjunto que haga atractivos los productos El producto se va a vender a nuestros clientes por módulos, de la siguiente manera:

##### **Precio opcional 1**

Software Basic +Instalación+ Capacitación.  
 $\$2.550.000 + \$550.000 = \$3.100.000$

##### **Precio opcional 2**

Software Plus+Hardware+Capacitación+1 año de soporte  
 $\$4.500.000$

### **Precio opcional 3**

Software Plus + Hardware + Capacitación + 2 años de soporte+ Posicionamiento Web:  
\$ 6.000.000.

### **10.26. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

- Se convocarán en un evento a diferentes clientes (actuales, potenciales) con el fin de que conozcan más sobre la transformación, y construcción del futuro de GENIAR, e involucrarlos en el proceso.
- Estrategia de Mailing para el envío de información relevante sobre el proceso de transformación en que se encuentra la empresa e información promocional de Gqueue.
- Se aplicara la estrategia de correo directo y se hará antes de asistir a los eventos en donde se enviará un correo directo para empapar al empresario sobre el objetivo de Gqueue, Se enviará una tarjeta con un mensaje del porqué de la transformación de Geniar y un Souvenir.
- Como medio publicitario también se utilizarán pendones ubicados en los diferentes eventos que organice Geniar o a cualquier evento que asita , el pendón constará del logo de la empresa y un mensaje del porqué de la transformación.
- También se utilizará la herramienta publicitaria del Backing que se trata de un diseño con imagen que respalda al evento en el momento de la llegada de los invitados, resulta una opción versátil y económica.
- Se diseñará una carpeta o portafolio donde irá un Brochure con las indicaciones específicas de la empresa y los productos y servicios.
- Para comunicar a GQUEUE se implementará un video promocional e introductorio en donde se muestre a los visitantes la personalización e instalación del producto en sus diferentes puntos de trabajo, y cómo funciona el proceso de atención.

- Otra estrategia promocional será el obsequio de Souvenir los cuales llegaran por correo directo justo antes del evento.
- Se utilizarán boletines informativos para que los clientes no se desliguen del proceso de transformación en el que se encuentra la empresa.
- Generar una fuerza de ventas la cual dirija información específica sobre los atributos del producto para cada sector.
- Pautar en el catálogo del software empresa dedicada al sector y donde confluyen tanto clientes como proveedores

#### **10.27 PLAN DE MARKETING PARA IMPLEMENTAR EN GENIAR Y BUSCAR GANAR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**

Cuadro 12. Periodo enero-diciembre de 2013. Plan de marketing GQUEUE.

<b>ESTRATEGIAS DE PRODUCTO</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Posicionar el Gqueue en los principales segmentos meta.	Por medio de eventos, Merchandising y material publicitario	Mailing.	Enviar un Mailing a los clientes potenciales con información relevante de Gqueue. Responsable: Área de comunicación.
Implementar un grupo de investigación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios	Conformar un grupo enmarcado por 4 directores de proyectos en diferentes empresas de diferentes sectores quienes identifiquen y desarrollen soluciones de software.	I&D	Destinar un presupuesto a la investigación de mercados, y la exploración en desarrollos de software para determinadas empresas de segmentos específicos.  Responsables: Área de Mercadeo y área administrativa.

Continuación cuadro 12.

<b>ESTRATEGIAS DE PRODUCTO</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Desarrollar actividades de marketing y publicidad para comunicar G Queue	Creación de un Cd Demo que caduca a los 45 días.	Demos.	Elaboración de copias de un demo de Gqueue que serán entregadas a los clientes potenciales. Responsables: Ingenieros de sistemas.
Ganar participación en el mercado de los gestores de colas capturando mercado de la competencia.	Generación de estrategias de valor agregado por medio de diferenciación	Generación de valor.	Diferenciarse en el mercado por el servicio implementado contact center las 24 horas del día. Responsable: Departamento de mercadeo. Gustavo Torres.
Ofrecer una versión Estándar del producto.	Ofrecer un programa útil y efectivo para los sectores salud y transporte.	Software Básico.	Comercializar el software basic+ instalación +capacitación y apoyo en posibles adaptaciones imprevistas. Responsables: Fuerza de Ventas
Ofrecer una versión plus del producto.	Ofrecer un programa integral, útil y con mejores valores agregados.	Software Plus	Comercializar el software plus+Hardware+Capacitación+2 años de soporte. Responsables: Fuerza de Ventas
Tener un precio competitivo reduciendo costos y gastos operativos.	Contratar estudiantes en práctica.	Plan practicantes.	Contratación de 6 estudiantes en práctica ingenieros de sistemas. Responsables: Ingeniero Johan Bejarano, Especialista en BI.
Diseño de sesiones de grupo con periodicidad mensual.	Reunir a los principales gerentes de TI de clientes potenciales el Hotel Raddisson	Focus Group.	Realizar un evento en el hotel radisson mediante un desayuno y una charla de un especialista en BPM. Responsables: Área de comunicación y publicidad.
Material publicitario en general Souvenires, pendones, material, backing, etc.	Realizar actividades de comunicación con clientes actuales y potenciales.	Transformándonos para construir el futuro"	Mandar a hacer los diferentes materiales de merchandising para entregar a los clientes.  Responsables: Intervienen tres Áreas: Publicidad, Mercadeo y Administrativa.

Continuación cuadro 12.

<b>ESTRATEGIAS DE PLAZA</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Diseño de una fuerza de ventas con dos frentes salud y financiero, en las plazas de Cali, Medellín Y Bogotá	Organizar viajes de negocios a empresas establecidas previamente en esas ciudades.	Gqueue Pymes Solution	Realizar visitas en el mercado potencial promoviendo a Gqueue como una solución operativa.  Responsables: Área comercial y de mercadeo, Fuerza de Ventas
Pautar en el catálogo del software.	Realizar la suscripción tanto en la página Web como en el catalogo físico	Gqueue Medios	Realizar la suscripción con el catalogo del software que las Pymes encuentren a Gqueue. Responsable: Área de mercadeo y publicidad.
Distribuir el producto en el mercado de Bogotá y Medellín	Enviar a la fuerza de ventas a las ciudades correspondientes con el fin de visitar las Pymes de ese sector.	Gqueue Nacional	Se enviaran dos ingenieros especializados en los temas que maneja la empresa a las dos ciudades de interés que son Medellín y Bogotá con el fin de realizar visitas empresariales.  Responsables: Fuerza de ventas.
Implementación de una infraestructura virtual-Tienda, donde los ingenieros capaciten al personal de las empresas, ubicado en Bogotá.	Diseñar un espacio para el aprendizaje tanto de ingenieros como de empleados de empresas para comercializar los productos y servicios.	Virtual Tienda Bogotá.	Realizar un e-marketplace de Geniar en donde tanto clientes como proveedores aprendan el manejo del Gqueue, también desde ese lugar funcionará el contact center y habrán dos asesores uno de planta y otro moviéndose en la consecución de nuevos clientes, asesorando continuamente el mercado de esa ciudad para captación de nuevos clientes..  Responsables: Departamento de marketing y departamento administrativo y contable.



Continuación cuadro 12.

ESTRATEGIAS DE PLAZA	ESTRATEGIAS	PROGRAMA	ACTIVIDAD
Crear un canal de distribución y recaudo de pagos virtual.	Desarrollar una página Web interactiva y con pagos online.	E-Marketplace de Geniar	<p>Crear un demo que se pueda descargar del producto Gqueue además de poder acceder a consultoría con expertos las 24 horas del día.</p> <p>Responsables: Ingenieros de desarrollo.</p>

## 10.28 PRESUPUESTO DEL PLAN

Cuadro 13. Presupuesto del Plan de Mercadeo.

PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE MERCADEO.	
PRESUPUESTO ANUAL PERIODO ENERO- DICIEMBRE DE 2012.	
	FINANCIACIÓN
ÍTEMS	RECURSOS DE LA EMPRESA.
\$ 2.500.000	Sueldo Community Manager.( Manejo de redes sociales)
\$ 3.000.000	Corresponde a la elaboración de los CD's con su respectivo folleto, empaque y suvenir.
\$ 5.000.000	Implementación de un contact center
\$ 2.550.000+\$550.000 = \$ 3.100.000x und.	Corresponde al costo de venta de la versión básica del Gqueue más el servicio de capacitación.
\$ 6.000.000 x cada und.	Corresponde al coste de venta del software Gqueue la versión Plus más hardware, capacitación y dos años de soporte.
\$ 4.200.000 x 5 Practicantes	Corresponde a los 5 sueldos que se van a pagar a cada trabajador de la fuerza operativa de la empresa.
\$600.00	Mandada a hacer del material de Merchandising.
\$970.00	Corresponde al pago anual en suscripción al catálogo del software.
\$ 15.000.000	Corresponde al primer mes costos fijo en arrendamiento y la compra de infraestructura para el montaje de la tienda.
\$ 2.500.000	Corresponde a las sesiones de grupo realizadas en el Hotel Radisson.
\$ 3.000.000	Estrategia de E-Marketplace y posicionamiento Web, pago al capital humano destinado a realizar éstas labores.
\$ 7.000.000	Envío de la fuerza de ventas a realizar actividades comerciales en Bogotá y Medellín. (Pasaje, alojamiento, viáticos)
<b>Total: \$52.870.000</b>	
<b>Valor total de implemetar el plan:</b>	<b>\$ 52.870.000</b>

El sueldo de la community manager es de  $2.500.000 \times 12 \text{ meses} = 30.000.000$ .

Sueldo de los practicantes contratados para desarrollo: 4.200.000 es el valor de los 5 practicantes x 12 meses= 50.400.000.

## **11. CONCLUSIONES DEL PROYECTO**

La empresa Geniar para ganar participación en el mercado con el producto Gqueue debe enfocarse en dos segmentos potenciales que son el Sector Salud y el Sector Transporte.

La empresa debe enfocarse en el segmento de las PYMES para promocionar sus productos y servicios ya que es un segmento que se encuentra en crecimiento y con falencias operativas.

En la empresa debe estructurarse un departamento comercial (Marketing y Publicidad) y un departamento administrativo y contable debido a que presenta grandes deficiencias operacionales.

El sector del software en general se ve muy afectado por la “PIRATERÍA” quitando posibilidades a las nuevas empresas que ingresan al mercado

Los servicios de diseño y posicionamiento Web son los servicios que generan los mayores ingresos de la competencia por lo tanto es relevante pensar en la implementación de estos servicios en la empresa.

El plan de mercadeo es la herramienta que le permite a los ingenieros de sistemas y socios de la empresa encaminar procesos comerciales, con herramientas para llevarlos a cabo arrojadas en la investigación.

El sector de las Tecnologías de la información en Colombia está creciendo y representa grandes oportunidades para las empresas del sector software.

La empresa debe continuar en procesos de gestión de calidad que garanticen las certificaciones necesarias requeridas tanto por el sector como por los clientes potenciales y el ente regulador del estado (ISO 9000, ISO 9001, Etc.)

En la empresa se debe invertir en investigación y desarrollo de nuevos productos para generar mejores estrategias de valor agregado a los clientes y contrarrestar a la competencia

Crear una fuerza de ventas tanto capacitada como competente en temas de tecnología y herramientas de sistemas de punta para ofrecer auditorías internas donde se localicen deficiencias operativas en diferentes empresas.

Gracias a la investigación se logró concluir que entre más certificaciones tiene una empresa mejor es la calidad percibida por el cliente y mientras mejores alianzas estratégicas posea la empresa mejor es su posición competitiva en el mercado.

La mayor concentración de empresas productoras de hardware y software a nivel nacional se encuentra en Bogotá, Medellín y Cali.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Aciem [en línea]. [consultado el día 24 de Abril de 2012]. Disponible en internet: <http://www.aciem.org/home/>

Acis [en línea]. [Consultado el 9 de mayo de 2012]. Disponible internet: [www.acis.org.co](http://www.acis.org.co)

Asociación colombiana para el avance de la ciencia, Expociencia y expotecnología 2012; [en línea]. [Consultado el día 16 de Abril de 2012 a las 9:45pm]. Disponible en internet: [www.acac.org.co/pnac/xii-expociecia y expotecnología-2012/](http://www.acac.org.co/pnac/xii-expociecia-y-expotecnologia-2012/).

Cintel [en línea]. [consultado el 27 de Febrero de 2012]. Disponible en internet: <http://www.cintel.org.co/>

CHAMORRO, Mario. Gerente general del Banco Chileno Corpbanca [en línea]. Artículo encontrado en la página Web de semana., publicado en 2011-12-15. [consultado 02 de Agosto de 2014]. Disponible en Internet: [www.semana.com](http://www.semana.com)

Cati [en línea]. [consultado el 5 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.cati.org.co>

Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones [en línea]. [consultado el día 9 de Agosto de 2012]. Disponible internet: [www.ccit.org.co](http://www.ccit.org.co)

Comisión de regulación de telecomunicaciones; consultado el día 3 de Junio de 2012 a las 3:00pm, disponible en la página Web: [www.crcm.gov.co/index.php](http://www.crcm.gov.co/index.php) portal desarrollado por micrositios, república de Colombia.

Comisión nacional de televisión en liquidación; consultado el día 10 de Abril de 2012 a las 7:30 am, disponible en la página Web: [www.cntv.gov.co](http://www.cntv.gov.co), Bogotá DC.

Confecámaras [en línea]. [consultado el 4 de Agosto de 2012], Disponible en internet: <http://www.confecamaras.org.co/>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1273 de 2009 (enero 5) Diario Oficial No. 47.223 de 5 de enero de 2009 [en línea]. [consultado el día 24 de Mayo de 2014]. Disponible en internet: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley\\_1273\\_2009.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley_1273_2009.html)

Ciberplay software interdisciplinario. [consultado el día 16 de Abril a las 10:15 pm]. Disponible en internet: [www.colmac.edu.co/paginas/cd-ciberplay\\_texto\\_html](http://www.colmac.edu.co/paginas/cd-ciberplay_texto_html).

Computer World [en línea]. [Consultado el día 17 de Abril de 2012 a las 11:00pm]. Disponible en internet: [www.computerworld.com.co](http://www.computerworld.com.co)

Definición Gesto de colas [en línea]. [Consultado el 12 de Marzo de 2012]. Empresa Cenits. Disponible en internet: <http://www.computaex.es/faq/preguntas-generales/que-es-gestor-colas>

Definición de Java [en línea]. Publicado en la página de Java-Oracle. [Consultado el 14 de Febrero de 2012, a las 3:41 pm]; Disponible en Internet: [http://www.java.com/es/download/faq/whatis\\_java.xml](http://www.java.com/es/download/faq/whatis_java.xml)

Dane, [en línea]. [consultado el 24 de agosto de 2012]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=333&Itemid=59](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=333&Itemid=59)

Emarketplaces una forma efectiva para vender [en línea]. Artículo publicado en Junio 2 de 2009, [consultado 07 Octubre de 2015]. Disponible en internet: [http://www.emercadeo.net/post/eMARKETPLACES\\_una\\_forma\\_muy\\_efectiva\\_de\\_vender](http://www.emercadeo.net/post/eMARKETPLACES_una_forma_muy_efectiva_de_vender)

Estudio las Mipymes en Colombia: Evolución, Desarrollo, y Fomento. Estudio publicado el 21 de Agosto de 2007, [en línea]. [consultado el 24 de Marzo de 2012]. Disponible en internet: [www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...](http://www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...)

Estudio las Mipymes en Colombia: Evolución, Desarrollo, y Fomento. Estudio publicado el 21 de Agosto de 2007, [en línea]. [consultado el 24 de Marzo de 2012]. Disponible en internet: [www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...](http://www.supersociedades.gov.co/.../estudios.../estudios.../8-Evolucion,%20desa...)

Industria del Software [en línea]. [Consultado el 12 de Febrero de 2012]. Enciclopedia virtual la Wikipedia. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Industria\\_del\\_software#Historia\\_y\\_evoluci.C3.B3n\\_de\\_la\\_industria\\_del\\_software](http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_del_software#Historia_y_evoluci.C3.B3n_de_la_industria_del_software)

Informe sobre la liquidación de las EPS. (Sábado 27 de Agosto de 2011) [en línea]. Publicado en la revista Semana. [consultado 02 de Septiembre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.semana.com/nacion/18-eps-borde-liquidacion/163118-3.asp>

Ilered [en línea]. [consultado el día 13 de febrero de 2012]. Disponible en internet: [http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad\\_intelectual\\_en\\_la\\_legislacin\\_colombiana.html](http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad_intelectual_en_la_legislacin_colombiana.html)

IXP [en línea]. [consultada el 3 de agosto de 2012]. Disponible en internet: <http://www.ixp.net.co/contenido/ccit/articles-3>

JANNER Monroy: Gerente segmento pymes Telmex Colombia [en línea]. En: Pymes desorientadas en tecnología. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=60025>, PUBLICADO: 3/27/2008  
JOSEP Galimany, Javier; PENA, Rosa María; GUAL, Antoni. 1985. Software. Biblioteca práctica de la computación. Barcelona: Ediciones Océano-Éxito. S.A. p 25.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G; CÁMARA IBÁÑEZ, D; CRUZ ROCHE, I. Marketing, Décima edición, Pearson Educación, S. A., Madrid, 2004 532 p.

Ley sobre servicios de la red. Ministerio de comunicaciones [en línea]. [consultada el día 10 de Abril de 2012, a las 3:55pm]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/>.

Ley de Linus. Wikipedia. [en línea]. [consultado el 17 de abril de 2012] disponible en internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Linus](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Linus)

Ley de Books. Wikipedia [en línea]. [consultado el día 13 de Mayo de 2012]. Disponible en internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Brooks](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Brooks)

LUNA, Diego. Análisis de la competitividad del sector bancario. Edición 2012. Dirección de Tecnología Universidad ICESI. Disponible en: [http://www.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/5397/1/analisis\\_competitividad\\_sector\\_bancario.pdf](http://www.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5397/1/analisis_competitividad_sector_bancario.pdf)

Lo Mas Élite. Corferias; [en línea]. [Consultado el día 15 de Abril de 2012 a las 5:45 Pm]. Disponible en internet: [www.lomaselite.com/campus-party-regresa-a-colombia-2012-2-8525](http://www.lomaselite.com/campus-party-regresa-a-colombia-2012-2-8525)

MÁRQUEZ, Robin. Cielingeniería. Editor artículos página Web Ciel ingeniería [en línea]. [consultado 22 de Junio de 2014]. Disponible en internet: <http://www.cielingenieria.com/index.php?idcategoria=119>.

Mejores y peores EPS. Artículo publicado en la página Web del espectador [en línea]. [Consultado el día 25 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/impreso/temadeldia/articulo-363940-mejores-y-peores-eps> Tema del día |30 Jul. 2012 - 10:00 pm

MALLARINO, Gonzales. Proveedores de hardware en Colombia. 4ta ed. 2010 [en línea]. Colombia [consultado 15 de Noviembre de 2014]. <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2010-proveedores-y-distribuidores-hardware-de-Colombia.html>

Oracle [en línea]. [consultado el día 4 de Junio de 2012]. Disponible en internet: <http://www.oracle.com/us/corporate/pricing/technology-price-list-070617.pdf>

PHP: Hypertext Preprocessor [en línea]. Publicado en la página Web de PHP. [Consultado el día 14 de Febrero de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.php.net/manual/es/intro-what-is.php>

PUERTA, Carlos Mario. Pymes carecen se sistemas informáticos [en línea]. [Consultado el 3 de mayo de 2012]. Edición noticias caracol, <http://actualicese.com/noticias/caracol-las-pymes-carecen-de-sistemas-informaticos>



RESTREPO, Paola. Presidente ejecutiva de Fedesoft. VARGAS, Andrés Felipe. Valor del sector de las TI por más de \$280 millones de dólares. Edición: Puerta, Carlos Mario, Director de TI Fedesoft. [en línea]. Santiago de Cali [Consultado Marzo de 2011]. Disponible en internet: <http://www.fedesoft.org/content/el-sector-del-software-y-ti-genero-ventas-por-mas-de-us280-millones-durante-el-2011-0>.

Sector software en Colombia [en línea]. En: Enciclopedia Wikipedia [consultado el 4 DE Agosto de 2012]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Escalabilidad>

Supersociedades [en línea]. [Consultado el 4 de marzo de 2012] Disponible en internet:  
<http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?Mlval=sec&dir=47&id=734&m=td&a=td&d=depend>

The business software Alliance [en línea]. [consultado el 3 de abril de 2012] Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-346704-pirateria-dejo-perdidas-al-pais-us295-millones>

## ANEXOS

### Anexo A. Suscripción al catálogo del software

#### CARTA DE SUSCRIPCIÓN AL CATÁLOGO DEL SOFTWARE

**Estimado(a):** Gustavo Andrés Torres Giraldo

Gracias por registrarse en **CATÁLOGO DE SOFTWARE**, con su registro nos permitirá prestarle un mejor servicio.

Esta es la información que usted registró:

**Datos del Solicitante:**

- **Fecha:** 05-May-2011
- **Nombres y Apellidos:** Gustavo Andrés Torres Giraldo
- **No. de Identificación:** 1130670241
- **Correo Electrónico:** tavotorresgiraldo@hotmail.com
- **Empresa donde trabaja:** GENIAR
- **Cargo:** MERCADÓLOGO
- **Actividad de la Empresa:** SOFTWARE
- **Número Total de Empleados:** 30
- **Número de Empleados que utilizan computador:** 30
- **NIT:** 900087430
- **País:** Colombia
- **Ciudad:** Cali
- **Dirección:** Calle 45 20-32 Capri
- **Teléfono:** 3709040
- **Nivel de Decisión:** Recomienda

**Como llegó al portal:** Recomendado por un Amigo

**Está pensando en adquirir los siguientes productos:**

CONSULTORÍAS en 3 meses

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO en 6 meses

DISEÑO WEB en 12 meses

**Desea recibir información sobre nuevos lanzamientos de productos o servicios para:**

- \* Servicios Informáticos / Servicios IT
- \* Software de Infraestructura de Sistemas
- \* Software de Desarrollo
- \* Internet

\* Gestión Documental / Oficina y Productividad

**Resultado:** Registro Exitoso

## **Anexo B. Plan de trabajo pasantía institucional**

1. Fecha Inicio: 8 de marzo de 2012.
2. Fecha de Finalización: 8 de octubre de 2012-04-28
3. Tiempo establecido para el desarrollo de la práctica:

Día laboral: De lunes a sábado de 8 am a 6pm.

Horario: 8am-6pm

### DATOS DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA

- Nombre: Gustavo Andrés Torres Giraldo.
- Código: 2061310
- Programa académico: Mercadeo y Negocios Internacionales.
- Jornada: Nocturna.

### DATOS DE LA EMPRESA.

- Nombre de la empresa: Geniar SA.
- Nit:31.872.379-1
- Dependencia donde se desarrolla la práctica: Comercial.
- Jefe de dependencia: Javier Tamara. (Director Comercial).
- Teléfono: 3709040
- Asesor externo de la práctica en la empresa: Carlos Alberto botero, Profesor de investigación de mercados de la UAO y la USBC, Profesor Eduardo castillo coy (Coordinador de práctica) y profesora Ángela Teresa Beltrán (Coordinadora de Practica).

## OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA.

- Estructurar el área de mercadeo en la empresa Geniar de manera que se genere mejoramiento continuo en los procesos comerciales con el fin de ganar participación en el mercado y acaparar mercado de nuestra competencia.
- Elaboración de un diagnostico general de la situación actual de la empresa con respecto al mercado donde compite.
- Desarrollar paso a paso las diferentes fases del documento PLAN DE MERCADEO, con el fin de recolectar información objetiva que nos ayude a la toma de decisiones estratégicas.
- Implementar estrategias las cuales se llevaran a cabo por medio de tácticas específicas cuya finalidad sea ganar participación en el mercado y aumentar ventas.
- Tener un documento guía para la dirección estratégica del área comercial de la empresa para evaluar la situación del negocio.
- Desarrollar estrategias que generen valor agregado al segmento de las pymes; asesorándolas en todos sus procesos de negocio e identificando sus principales falencias operacionales.
- Fortalecer las relaciones comerciales con nuestros clientes actuales, prestando un excelente acompañamiento en el uso del producto o servicio, brindando también un excelente servicio postventa.
- Fortalecer el portafolio de productos y servicios de la compañía, realizando actualizaciones constantes, generando valor agregado para clientes internos y externos.

## **Anexo C. Cronograma de actividades por semana**

FECHA: 8 DE MARZO AL 8 DE ABRIL

### SEMANA 1

- Introducción a la empresa por parte de la señorita Clarycel rosales directora de gestión del talento humano.
- Realización de pruebas psicotécnicas y entrevista con la directora de recursos humanos y el gerente general de la empresa.
- Introducción a los procesos de BPM, Y BI por parte de los ingenieros Johan Bejarano y William Narváez.
- Introducción al proceso de comunicación publicitaria y diseño gráfico que se lleva a cabo en la organización.
- Introducción al sistema de gestión de calidad por parte de la señorita Alexandra Echeverri coordinadora de calidad.

### SEMANA 2

- Elaboración de un diagnóstico de la situación actual del sector software en Colombia.
- Elaboración de un diagnóstico de la situación actual de la empresa en el mercado donde compete.
- Análisis del micro entorno y el macro entorno del ambiente en donde se desarrollan las actividades productivas de la empresa.
- Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas Y Amenazas) de nuestra compañía con el fin de conocer su situación competitiva en el mercado.

- Desarrollo del BRIEF.

### SEMANA 3

- Identificar las principales necesidades insatisfechas en el segmento de las PYMES a nivel de Colombia.
- Cuadro de Excel donde se especifique nuestra principal competencia, lo que hacen, su portafolio de productos y servicios y sus principales clientes.
- Estudio de nuestra competencia, realizar actividades de Benchmarking con el fin de potencializar el alcance de nuestros productos y servicios en el mercado.
- Elaborar estrategias de mercadeo para atraer a los principales clientes de nuestra competencia.

### SEMANA 4

- Realizar actividades de investigación de mercados para conocer las ofertas de nuestra competencia a nuestros clientes actuales y potenciales.
- Generar propuestas de valor agregado que contrarresten las propuestas de valor de nuestra competencia.
- Realizar investigación de nuestra competencia en nuestros principales clientes actuales COOMEVA, TECNOQUIMICAS Y CONFANDI.
- Justificación de los criterios de segmentación para el segmento de las pymes, y selección del mercado meta en donde existe mayor potencial de mercado para nuestra empresa.

### SEMANA 5

- Propiciar el desarrollo de asesorías y capacitación constante con nuestros clientes internos y externos con el fin de fortalecer toda relación comercial.

- Conocer a las empresas donde cometimos errores, identificar las causas del problema y como fue la evolución desde la concepción hasta la puesta en marcha del proyecto.
- Llevar a cabo estrategias para retomar a los clientes con los cuales cometimos errores, brindándoles propuestas de valor agregado y motivando una recompra y un cambio de la percepción con respecto a la experiencia negativa que tuvieron con GENIAR.
- Llevar a cabo una campaña a nivel interno en nuestros principales clientes actuales con el fin de darles a conocer nuestro proceso de transformación y mejoramientos continuo.
- Generar posicionamiento de marca y recordación, logrando los objetivos de comunicación publicitaria de nuestra empresa.

FECHA: 8 DE ABRIL AL 8 DE MAYO DE 2011.

#### SEMANA 1

- Potencializar el alcance de nuestro portafolio de productos y servicios actual generando valor agregado en cada uno de los componentes de dicho portafolio entregando un producto completo y eficaz a nuestro cliente final, asesorando continuamente desde la concepción de la necesidad, la toma de requerimientos, la puesta en marcha del proyecto, la utilización por parte del cliente, la funcionalidad y efectividad del proyecto y el mantenimiento, actualización y servicio postventa.
- Consecución de Bases De Datos de pymes, clasificadas por años en el mercado, razón social, establecimiento, actividad reportada, total ventas, total activos, total empleados, de manera que con base a esta información se puedan conocer características relevantes de nuestro segmento meta.
- Segmentación de base de dato pymes con los criterios de promedio de ventas anuales, promedio de activos y promedio de años en el mercado.



- Análisis del crecimiento de la categoría, situación del ciclo de vida del producto, ciclo de ventas y análisis histórico de las ventas y análisis de la estacionalidad de las ventas.

## SEMANA 2.

- Realización de actividades de tele mercadeo con el fin de lograr conocer, el tamaño, la implementación de TICS, la cadena de valor y las principales ineficiencias en sus actividades operacionales, dicha actividad para comenzar se hará con medianas empresas.
- En base a las investigaciones de tele mercadeo, con los resultados obtenidos conoceremos cuales son las necesidades insatisfechas de esas empresas para posteriormente satisfacerlas con propuestas de valor agregado.
- Aprovechar las debilidades de la competencia y debilitar las fortalezas, para potencializar las nuestras y mejorar nuestra participación en el mercado.
- Fortalecer los procesos internos de la empresa. Buscar generar aplicativos para el beneficio propio del capital humano que labora en la empresa. Aplicativos por medio de los cuales podamos conocer los resultados de la gestión de las diferentes áreas.
- Generar desarrollos para nosotros mismos con el fin de sistematizar todo el proceso de análisis de factibilidad y pre factibilidad de los proyectos, de manera que sea más fácil conocer la efectividad de nuestros aplicativos en los procesos de la empresa.
- Establecimiento del presupuesto para las actividades de investigación y la campaña publicitaria dirigida a las pymes.
- Establecimiento del presupuesto para la campaña de fidelización de clientes actuales y reconocimiento de marca por medio de nuestros clientes potenciales, además reposicionamiento en empresas donde no hubo satisfacción 100%.
- Lanzamiento de una nueva campaña publicitaria dirigida a las pymes.

- Establecer el presupuesto para inversión en medios publicitarios con el fin de lograr recordación de marca en la mente de los clientes. Elección de los medios de comunicación adecuados para publicitar nuestra empresa.

### SEMANA 3

- Segmentación del listado a trabajar de PYMES, ahora tomando como criterios de selección la actividad de cada mediana empresa, es decir que se agruparán las empresas por sectores productivos.
- Conocer detalladamente cuales son los productos y servicios que están demandando las pymes en el sector tecnología.
- Consecución de citas con las medianas empresas en donde exista potencial de mercado para nuestros productos y servicios.
- Cotizaciones con diferentes proveedores de servicio de Call Center con el fin de tercer izar el proceso de investigación y así obtener datos más precisos.
- Fortalecimiento del servicio de acompañamiento continuo en nuestros clientes actuales en cuanto a la aplicación de la TIC en su empresa, garantizando un excelente servicio de soporte técnico, mantenimiento o posibles mejorar y actualizaciones que se puedan ejecutar en el software o proceso de negocios.
- Garantizar 100% satisfacción en nuestros clientes actuales, incentivándolos constantemente en pequeños detalles como sus cumpleaños, eventos, fechas especiales, descuentos especiales, promociones, descuentos, valores agregados.

### SEMANA 4

- Consolidar en la empresa un programa de capacitación a nuestros colaboradores internos y externos en los diferentes productos y servicios de la empresa y en ventas y servicio al cliente.
- Buscar alianzas estratégicas con otros proveedores de servicios de tecnología como Microsoft, Dell, Hp, Apple etc. Esto para poder ampliar nuestro portafolio de

productos y servicios y las ventajas que ofrece ser aliado estratégico de alguna multinacional con mayor experiencia en el mercado.

- Crear programas de capacitaciones y asesoramiento continuo para el segmento de las pymes en diferentes temas de interés para éstas, para mejorar sus procesos internos y lograr un crecimiento sostenible.
- Promocionar y dar a conocer a los segmentos de interés el programa gestor de colas que es nuestro desarrollo y tenemos el aval para la comercialización de este producto en el mercado.
- Satisfacer las necesidades del segmento de las pymes, segmento que actualmente se encuentra en crecimiento acelerado. Por medio de investigación, indagación y consultoría se pretende identificar las necesidades específicas de este segmento, generando propuestas de valor agregado y capacitándolos para que la usabilidad del producto o servicio sea efectiva.
- Segmentación de base de datos USBC, selección de principales medianas empresas teniendo como criterio de selección sus activos, ventas y años en el mercado, también se deberán escoger las medianas empresas localizadas en Cali, debido a que la base de datos se encuentra a nivel de Colombia.
- Generar la necesidad de Outsourcing y tercerización en el segmento de medianas y grandes empresas, hacer que nos vean como el aliado estratégico de la productividad de sus empresas.
- Convocar a una junta directiva, mostrando las estrategias a implementar con las tácticas, explicando segmentación y planes de acción para persuadir al mercado PYMES.

8 DE MAYO A 8 DE JUNIO DE 2011.

#### SEMANA 1

- Lograr POSICIONAMIENTO en la mente de nuestro mercado real, ubicarnos en su mente, ocupando un lugar importante en su empresa, generándoles confianza, por medio de procesos óptimos y responsables.

- Estimular que los clientes actuales nos den más referidos, para esto garantizar la mayor satisfacción posible con el fin de que nos refieran a otras empresas voz a voz.
- Generar oportunidades de negocio por medio de asesorías y consultorías especializadas hacia nuestro segmento meta, realizadas por ingenieros especializados en BPM, BI, ARQUITECTURA, los cuales identifiquen procesos que se podrían mejorar o procesos obsoletos, con el fin de mejorar la relación costos-tiempo, mejorando el rendimiento y los resultados finales.
- Potencializar la comunicación con nuestros clientes por medio de la WEB, dándoles contenidos nuevos e interesantes relacionados con la actualidad del sector, tendencias, diferentes procesos de negocio, con el fin de incentivar su decisión de compra.
- Implementación de iconos interactivos, sonidos, recorrido por nuestras instalaciones, nuestro compromiso, responsabilidad social, descripción de los departamentos y los roles, valores corporativos.
- Implementación de una encuesta de mejoramiento WEB, por medio de una encuesta; no que pregunte si le pareció buena, mala o regular la página, sino que aspectos considera usted que podrían mejorar en nuestra página web para que sea más atractiva o funcional.

## SEMANA 2

- Lograr que las empresas de nuestro mercado real y potencial nos vean como sinónimo de eficiencia, optimización, ahorro, crecimiento, confiabilidad, organización, retorno a la inversión, capacidad competitiva, mejoramiento continuo, productividad, que nos vean como un outsourcing estratégico para el cumplimiento de los objetivos de su empresa.
- Identificar empresas que presenten falencias en algún proceso de su organización por medio del cual nosotros podamos brindar soluciones a esos problemas con mejores propuestas que las de la competencia y propuestas de valor agregado.

- Identificar el mercado real y potencial de nuestros competidores para posteriormente quitarles participación en ese mercado.
- Programar agenda con las diferentes empresas pertenecientes a nuestro segmento meta pymes desarrollando consultarías y capacitaciones, creando necesidades, posibilitando modificaciones, identificando errores o falencias, satisfaciendo todas sus necesidades a cabalidad brindando un soporte oportuno.
- Realización de marketing Mix para nuestro producto patentado comercializable llamado G QUEQUE, gestor de colas, abrir comercialización de este producto terminado.
- Brindar desarrollo de software para plataformas específicas como Blackberry, Iphone y Android (basado en Linux, creado por Google) en las diferentes empresas determinando el sector que requiere estos desarrollos.
- Implementar un call center en GENIAR, de manera que las llamadas sean dirigidas sistemáticamente, mejorando la infraestructura interna, poniendo líneas telefónicas en todos los puestos de trabajo, demarcando bien las áreas de la organización y proporcionando una infraestructura adecuada para atender a nuestros clientes, que se sientan cómodos y a gusto.
- Realizar actividades como seminarios, talleres, eventos, relaciones públicas, etc., con el fin de lograr una mayor concentración por parte de las empresas de nuestro mercado meta y despertar o recalcar la importancia del uso de herramientas de tecnología como aliado para el mejoramiento continuo de sus empresas.

### SEMANA 3

- Implementación de estrategias de mercadeo electrónico con el fin de lograr el posicionamiento de nuestro portal WEB.
- Implementación de E-Learning y E-Commerce en nuestra página Web, con el fin de fomentar el aprendizaje, información objetiva y comercialización de productos y servicios de nuestra empresa.

- Comenzar a ganar ranking en los principales buscadores para ir ascendiendo de posición en el ranking. 0-5, estar en nivel 3 es competitivo para nuestra empresa: Ganar ranking en los principales buscadores Web de internet, Ganar ranking y darnos de alta en los principales directorios web.
- Implementar estrategia de transacciones en línea con el fin de poder realizar todo tipo de transacciones con clientes, colaboradores y proveedores.
- Diseño de estrategias de usabilidad y conversión en sitios Web: (Convertir visitantes en clientes activos de nuestra empresa, fácil navegabilidad sin capacitación).
- Utilizar otros medios como revistas, banners, Eucoles, periódicos, pagina web, correo electrónico, para comunicarnos con el mercado y de esta manera estar siempre presente en sus mentes.
- Debemos aumentar el prestigio de nuestra compañía, seguir en el proceso de creación de un buen "Good Will", generar siempre experiencias positivas ante nuestros clientes.
- Capacitar a nuestro capital humano en temas como calidad del servicio, o seguridad, bases de datos, E-bussines, Crm, Erp, .Net,Linux, etc. Para así mantener actualizados sus conocimientos y aumentar sus competencias.
- Buscar establecer oficinas en otras ciudades del país donde hay alto potencial de mercado como Bogotá, Medellín.
- Diseño de campañas de Pago por Clic (PPC): Generar tráfico para la página Web, aumentar la visibilidad de la marca en internet.
- Diseño de estrategias para mejorar el posicionamiento en buscadores (SEO): Aumentar la presencia en los principales buscadores de la Web, encontrar nuevos nichos de mercado en internet.

- Realizar mercadeo social e implementar la fundación banco del afecto como la cuota de Geniar a la responsabilidad social empresarial.
- Ofrecer capacitaciones en la empresa de servicio al cliente, relaciones públicas y mercadeo.
- Creación del rubro publicidad en los estados financieros, inversión constante para obtener posicionamiento y recordación de marca.
- Organizar un evento de relaciones públicas en donde reunamos a clientes actuales, clientes potenciales con el fin de establecer vínculos y relaciones rentables y crear posibles oportunidades de negocio.
- Realizar charlas, mesas de trabajo, conferencias, seminario, talleres, foros, etc., con el fin de compartir conocimientos y retroalimentarse

#### SEMANA 4.

- Empezar a ganar ranking en los principales buscadores y directorios web, inscribiéndonos y ganando tiempo y visitas en nuestro portal Web, motivando a los clientes potenciales que visiten, permanezcan y contacten nuestros productos y servicios.
- Enlazar nuestra página Web con: Facebook, Twitter, Youtube, Google, Linked in, Flickr, con el fin de lograr tener acceso a miles de usuarios y diferentes archivos multimedia.
- Realizar encuestas de satisfacción online a nuestros clientes con respecto a nuestros productos y servicios y con respecto a su experiencia con los mismos, con los funcionarios de nuestra empresa y con la página Web.
- Evaluación, y control del plan.
- Funcionamiento del departamento de mercadeo en GENIAR.

- Dejar en GENIAR un documento base llamado PLAN MERCADEO GENIAR, el cual servirá para un futuro, el cual deberá ser actualizado y mejorado de acuerdo a las tendencias y cambios en el mercado.
- Dejar funcionando las estrategias del plan de mercadeo y que el área de mercadeo y negocios internacionales en la empresa tenga un crecimiento continuo.
- Lograr mínimo 10 clientes nuevos de medianas empresas y 5 clientes nuevos de grandes empresas, focalizándonos en lo que hacemos bien, potencializando nuestros productos y servicios con un excelente acompañamiento y asesoramiento técnico logrando la mejor funcionalidad posible del producto y/o servicio.



#### **Anexo D. Resumen de ventas al año 2010 Geniar.**

Tomando como referencia la facturación anual de GENIAR se encuentra que ha tenido una facturación fluctuante debido a que han habido años muy buenos pero también pésimos, sin embargo lo importante es que han sido más los buenos momentos que ha pasada la empresa con sus productos y servicios que los años malos.

Primero se tendrá en cuenta la facturación de GENIAR para el año 2006 de julio a Diciembre y corresponde a: \$24.630.000, el valor neto del trabajo de desarrollo de software, \$3.940.800 en IVA, Para un total facturado de \$28.570.800. Esos Ingresos menos Rete fuente \$1.346.400, Reteica, \$12.240, Reteiva \$412.800, para un total consignado de \$26.773.824.

En cuanto a la facturación para el año 2007 la empresa nos muestra un valor total de \$247.767.320, IVA de \$39.642.771, Total facturado: \$287.410.091, Retefuente: \$28.741.009, Reteica \$287.410, ReteIVA: 19.821.386, y un total consignado de: \$18.125.670 para trabajos realizados en octubre y noviembre de este año. Luego participan en los ingresos por ventas tecnoquímicas y gases de occidente para un total global pactado de \$271.810.193.

Para el año 2008 la facturación de Geniar tuvo un aumento significativo para un total consignado de \$624.000.000, solamente para el mes de enero , Para el 21 de Febrero reporta un total facturado de \$10.486.800, Para el mes de marzo y el día 25 GENIAR obtuvo ingresos \$37.700.000, finalmente el año termina con valores de \$1.128.772.8. Sin embargo teniendo en cuenta todos los ingresos de GENIAR, la cifra total para el año 2008 es de \$778.691.176.

Para el año 2009 la mayoría de los ingresos fueron provenientes de la empresa Coomeva UTI, MP, EPSA, también este año la empresa muestra ingresos por el valor de \$10.252.800 gracias a trabajos realizados en Assenda, para este año la empresa muestra unos ingresos totales por \$659.798.574 que es una cifra muy buena para una empresa como GENIAR.

Hasta los datos que pude conseguir en la empresa encuentro la facturación hasta el año 2010. Para este año GENIAR se dedica a cosechar los frutos de su programa instalado en las empresas ya que dicho software requiere de constante soporte para indicaciones sobre el uso y correcto manejo y análisis del programa. Para este año la empresa reportó un total facturado de \$633.274.960.

Corresponden a Comfandi: \$53.482.080, Facturación Diego Gómez (Cliente Independiente), Coomeva facturación año 2010: \$526.976.880.

**Anexo E. Encuesta. “investigación de mercados para la incorporación de software, para pequeñas y medianas empresas de tecnología” la idea es realizar una investigación de mercado para analizar la viabilidad de establecer un nuevo concepto de software para este tipo de empresas a nivel de Cali.**

Objetivo: Conocer las empresas que están actualmente como proveedoras de servicios de tecnología y conocer específicamente que servicios ofrecen para satisfacer sus necesidades realizando Benchmarking de la competencia, además de conocer la mayor necesidad por suplir por parte de un software para empresas de tecnología.

**Seleccione con una (x) la respuesta más adecuada para usted:**

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

**1. De los siguientes servicios, cual implementa actualmente su empresa? marque X:**

1. Bpm ( )

2. Bi ( )

3. Arquitectura -Desarrollo de software( )

4. Soluciones móviles ( )

5. Diseño web. ( )

6. Otro,

cual? \_\_\_\_\_

**2. ¿Qué servicios piensa usted se están necesitando actualmente en su empresa en la parte de tecnología para las distintas áreas de la organización? marque X.**

• Diseño Web. ( )

• Bi ( )

• Bpm ( )

• Consultorías y asesorías ( )

• Capacitaciones ( )

• Seminarios y talleres ( )

• Desarrollo de software a la medida- Arquitectura ( )

Otro, cual? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**3. ¿Con cuántos proveedores de servicios de tecnología cuentan actualmente en las instalaciones de su empresa? marque X:**

- De 1 a 2 ( )
- de 2 a 3 ( )
- de 3 a 4 ( )
- 5 o más. ( )

**4. ¿Es política interna de su empresa contratar varios proveedores de servicios de tecnología?**

- Si, porque? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- No, Porque? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5. ¿Que empresas se encuentran actualmente desarrollando proyectos informáticos dentro de su compañía?**

- Olsoftware. ( )
- Satius. ( )
- Lucaciam ( ).
- Pragma. ( )
- Premize ( )

Otra.Cuál? \_\_\_\_\_

**6. ¿Califique un porcentaje que usted considere refleja la participación de geniar en su compañía?**

- 0-25% ( ).
- 25-50% ( ).
- 50-75% ( ).
- 75-100% ( ).

**7. ¿Cuáles son las necesidades de su empresa que no han sido satisfechas por ningún proveedor de servicios de tecnología?**

- BPM ( ).
  - BI ( ).
  - ARQUITECTURA, DESARROLLO SOFTWARE ( ).
  - DESARROLLO WEB ( ).
  - Otra ( ).
  - Cuál?
- 
- 

**8. ¿Si hay necesidad insatisfecha entonces, entonces cree usted que Gqueue software de gestión de colas es apto para su empresa?**

- Si ( ).
- No ( ).

**9. ¿Piensa usted que Gqueue podría satisfacer esa necesidad?**

- Si ( ).
  - No ( ).
  - Porque?
- 
- 

**10. ¿Piensa Ud. que Gqueue está en capacidad de ser el único software de servicios de tecnología para su empresa?**

- SI ( ).
  - No. ( )
- ¿Porque?
- 
- 

**11. Además de los servicios que ofrece actualmente Gqueue, que otros servicios podría prestar para satisfacer sus necesidades totalmente?**

- Diseño y posicionamiento Web. ( ).
  - Consultorías y asesorías ( ).
  - Aplicativos Móviles ( ).
  - Otro ( ).
- Cual?
- 
-

**12. ¿Qué necesidades satisfacen los actuales proveedores de tecnología en el mercado?**

- Bpm ( )
- Asesorías y consultorías ( )
- Bi ( )
- Desarrollo Software ( )
- Página web ( )
- Soluciones móviles ( )
- Otra.  
Cual? \_\_\_\_\_

**13. Que necesidades no satisfacen actualmente sus proveedores de servicios de tecnologías.**

- BPM ( )
- Bi ( )
- Desarrollo de software ( )
- Consultorías y asesorías ( )
- Otra ( )  
Cuál? \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué área de su empresa considera usted que necesita mejorar rendimiento, optimización y tiempo y procesos o presenta alguna falencia operacional o considera usted podría ser mejor?**

Cual área? \_\_\_\_\_

Porque? \_\_\_\_\_

**15. Ha estado presente gqueque en todos los proyectos de tecnología de su empresa?**

Si ( )

No. ( )

Porque? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **Anexo F. Desarrollo de las sesiones de grupo**

### **Contenido:**

1. Definición de focus group
2. Planteamiento de la sesión de grupo.
3. Planteamiento de los objetivos de investigación.
4. Necesidades de información

#### **1. Focus group**

Un Focus Group es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.

Dentro de las características generales de un Focus Group, se puede señalar que se trata de una entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran juntos en un mismo momento, dando sus opiniones y conversando entre sí sobre el producto en cuestión. Los principios del Focus Group provienen de la Psicología Clínica, que en términos generales, indica que las personas escuchan, hablan y se comunican con mayor facilidad encontrándose en grupos. Lo anterior, sumado a ciertas técnicas de mercadeo ha dado origen a este tipo de entrevista grupal.

Por lo general, un Focus Group se realiza en una habitación amplia y cómoda, que cuente con todas las comodidades de climatización y confort que favorezca la conversación de los participantes, que, en la mayoría de los casos, son entre 6 y 10 personas, que hablan sobre el producto por alrededor de 1 o 2 horas.

Previo a la planeación de la sesión de grupo, se debe tener claramente establecido el propósito de la investigación. Porque a partir de las necesidades de información se construyen las preguntas.

**Planteamiento de los objetivos de la investigación.** El principal objetivo de la investigación es conocer cuáles son las principales necesidades insatisfechas en las medianas y grandes empresas como también el potencial de mercado existente en las medianas y grandes empresas para implementar el GESTOR DE FILAS como un sistema de eficiente atención a los clientes; así como el nivel de adaptación de las nuevas tecnologías en sus procesos internos.

### **Método: como se desarrollará la sesión de grupo**

La sesión de grupo se desarrollara en el hotel RADDISSON y contara con la presencia de los directores o gerentes de tecnología de las principales medianas y grandes empresas seleccionadas. La idea es realizar un desayuno integrando a todos los gerentes de las empresas mediante una conferencia de un tema de interés mediante la cual se generarán interrogantes que llevaran a la venta cruzada de nuestros productos y servicios.

### **2. Planeación de la sesión de grupo - etapa previa**

- a. Identificación y selección de los participantes.
  - b. El perfil de las personas que serán invitadas es profesionales, directivos, gerentes especializados en el área de tecnología de las diferentes empresas seleccionadas, los cuales manejan y coordinan toda la parte de tecnología en sus empresas. Se realizaran 3 sesiones en el año y convocaran cada vez empresas distintas y se trataran diversos temas de interés planteados por los mismos participantes.
- Seleccionar un o moderador(es).
  - Moderador: Gustavo Andrés Torres.
  - Diseño de la Guía de Discusión temáticas

Fecha realización sesión de grupo:

Primera sesión de grupo: viernes 2 de diciembre de 2011.

Segunda sesión de grupo: viernes 2 de marzo de 2012.

Viernes 3 de junio de 2012

### **Introducción**

#### **Bienvenida:**

Muy buenas noches, mi nombre es “xxxx”, es un verdadero placer contar con su grata presencia. Es de gran importancia para nuestra compañía contar con su valioso tiempo, y nos place presentarles nuestro nuevo software GQUEQUE.

#### **Reglas básicas de la sesión de grupo:**

- Explicaremos primero la funcionalidad de nuestro software.



- Luego procederemos a explicar cuáles serán las ventajas de que incorporen nuestro software en sus procesos. Además de la gran cantidad de optimización de tiempo, dinero y facilitador de procesos para sus empresas.
- Posteriormente presentaremos un video de nuestro software.
- Brevemente propiciaremos la intervención de los gerentes presentes para que nos hagan sus preguntas frente a las dudas que les genere nuestro software.
- Finalmente se harán las preguntas según las necesidades de información.
- Sugerencias de los participantes de la sesión de grupo.
- Agradecimientos.

Las sesiones de grupo tendrán una duración de 18 minutos para el desayuno y 1:30 min para la realización de la entrevista. La entrevista se abrirá de la siguiente manera:

- Fijar fechas y duración de la sesión de grupo. Reservar y preparar el sitio donde se van a realizar los talleres
- Invitar, comprometer personal o institucionalmente a los participantes, mediante invitaciones escritas y verbales.
- Verificar la asistencia y compromiso por otros medios  
Tales como llamadas telefónicas o confirmaciones indirectas (Terceros)
- Organizar la adecuación del sitio y la logística de la reunión (Número y tipo de asientos, equipos, refrigerios, etc.)
- Ultima invitación a los participantes 2 días.
- Organizar los materiales didácticos u operativos que se van a utilizar en el Taller

### **3. Ejecución de la sesión de grupo**

a. Introducción: Dar la bienvenida, presentación de los participantes, explicar el método y el proceso a desarrollar, explique las reglas básicas, responda las preguntas de los participantes.

b. Calentamiento.

c. Presente el primer tema, el segundo tema y así sucesivamente.

d. Cierre la sesión con sugerencias y reflexiones finales

## Anexo G. Material publicitario Gqueue campaña

Gráfico 23. Corresponde al Brochure de los productos y servicios de Geniar.

**Geniar**  
Soluciones de Negocio

**Nuestros Servicios**

En GENAR desarrollamos, en conjunto con nuestros clientes, estrategias de trabajo y proyectos que permiten alcanzar los diferentes ritmos de negocio y de tecnología. Talento humano, servicios y tecnología se combinan para brindar a nuestros clientes un servicio que genere valor agregado.

**Arquitectura y Desarrollo de Software**

Facilitamos la toma de decisiones y la consulta de información oportuna en las áreas comerciales y estratégicas de nuestros clientes, analizando y extrayendo inteligencia a conocimiento de sus bases de datos acumuladas, entre las cuales se incluyen bases de datos, información de la cadena de suministro, ventas generadas y cualquier actividad de marketing a fuente de información relevante para su empresa.

- Creamos con arquitectos de software especialistas en aplicaciones Web y Enterprise
- Desarrollamos aplicaciones a la medida de las necesidades de nuestros clientes
- Desarrollamos software con el uso de plataformas tecnológicas como Java, .Net y PHP
- Implementamos sistemas de gestión corporativa
- Implementamos sistemas de administración de relacionamiento con los clientes (CRM)
- Desarrollamos software orientados para las plataformas Linux y Windows
- Desarrollamos e implementamos sistemas de telemedicina a S&B,

**Inteligencia de Negocios (BI)**

Facilitamos la integración de la información para que nuestros clientes puedan tomar mejores decisiones. Facilitamos a nuestros clientes mejorar su gestión de atención a los usuarios, aumentar su productividad para el desarrollo de sistemas de información, incrementar la calidad, consistencia y conocimiento de su información. Permitimos que los administradores realicen sus actividades y otorguen resultados en tiempos menores. Permitimos que nuestros clientes analicen, configuren y relacionen significativamente sus costos.

**Tecnología Móvil**

Ofrecemos servicios de consultoría, investigación y desarrollo de nuevas tecnologías especializadas en movilidad, generando valor agregado para los grupos empresariales que adopten nuestras soluciones. Nuestro servicio ofrece:

- Integración y gestión de datos en tiempo real
- Disponibilidad de información en tiempo real
- Sincronización sobre 3G, 4G, GPS, Internet y redes privadas.
- Operación sobre teléfonos móviles y PDA
- Desarrollo con sistemas nativos
- Consolidación de información y generación de informes de gestión

**Tecnología Orientada a Servicios**

Somos expertos en analizar, diseñar e implementar soluciones orientadas a servicios de última generación, apoyando a nuestros clientes a obtener una ventaja competitiva mediante la conversión de sus procesos técnicos y estratégicos.

**Gestión de Procesos de Negocio (BPM)**

Procesamos servicios de consultoría para definir, implementar y mejorar los procesos de negocio de nuestros clientes, aplicando los conceptos de la metodología de BPM.

**Consultoría**

Ofrecemos servicios de consultoría en arquitectura y desarrollo de software, inteligencia de negocio, BPM (Business Process Management), tecnología móvil y tecnología orientada a servicios. Apoyamos a las decisiones de nuestros clientes a:

- Identificar y definir los principales problemas que afectan a su empresa y que dificultan alcanzar sus propósitos estratégicos
- Analizar las causas que generan los problemas identificados
- Definir las acciones que se deben realizar para solucionar los problemas

**Nuestros Productos**

**G-Queue**

La implementación de G-Queue en los puntos de atención de su organización tendrá beneficios para sus clientes y su mercado futuro.

- Mejora la imagen de su organización, genera credibilidad y confianza, fideliza a sus clientes, aumentando la calidad de servicio
- Reduce el volumen del recurso humano, a través de rutas establecidas
- Reduce gestiones de atención a los usuarios a parte de la gestión de citas

**Alineando la Tecnología a los Objetivos de su Negocio**

**G-Queue** ayuda sus objetivos estratégicos orientados a la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional. Elimina las colas físicas y mejora el clima laboral. Agiliza el proceso de atención con el mismo ticket ya cliente podrá ser atendido en diferentes áreas de servicio.

## Parte interior

**Cumplimiento Innovación Evolución**

**¿Quiénes somos?**

Geniar S.A. es fundada en el año 2006, ofreciendo desde entonces servicios especializados para la atención y aplicación de tecnología informática y de inteligencia de negocios. Hoy en día atendemos clientes nacionales e internacionales en diferentes sectores productivos como son la banca, los seguros, la manufactura y el comercio, entre otros.

**Nuestro Compromiso**

Comprometidos con el cumplimiento, innovación e inversión para brindar mejores resultados, y dar una acertada orientación a los clientes según sus necesidades, permitiendoles competir con éxito en mercados cada vez más globalizados.

**Misión**

Facilitar la gestión de nuestros clientes, a través de Soluciones Integrales en Sistemas de Información y consultoría, contribuyendo al logro de sus propósitos estratégicos.

**Visión 2015**

Ser un referente en el mercado nacional e internacional por la eficiencia, confiabilidad e innovación de nuestra Soluciones Integrales en Sistemas de Información y de consultoría.

**www.geniar.net**  
**info@geniar.net**

**IBM Business Partner**

**Carrera 74A # 9-53**  
**Cali - Colombia**  
**PBX: +57(2) 370 90 40**

**Geniar**

**Transformándonos... Para construir el futuro**

## Parte exterior

Gráfico 24. Boletines informativos.



Gráfico 25. Logotipo Gqueue



Gráfico 26. Pendón.



Gráfico 27. Invitaciones



## Anexo H. Cotización evento hotel Radisson Cali.

COTIZACION NO. 00005434 - REVISION No.0 - (Pagina 1 de 1)

**HOTEL RADISSON ROYAL CALI**  
800238090-8  
Carrera 100B # 11A - 99  
(57-2) 3307777



### Cotización No. C00005434

Revision No.0

Fecha: 2011-04-15

Nombre del Evento : desayuno

Empresa : GENIAR ARCHITECT S.A

Dirección : cra 74a No. 9-53

Contacto : MARCELA PARRA OSORIO

email : marcela.parra@geniar.net

Forma de Pago : Pago Directo

NIT : 900087430-2

Telefono : 3393279 - Fax :

Cargo : 0

Tipo Evento: Empresarial - Empresarial - Desayuno

Fecha de la Revision: 2011-04-15

**Jueves 05 Mayo de 2011**

### GUADALQUIVIR

Fecha : Jueves 05 Mayo de 2011

Hora de Inicio : 07:00:00

Hora Final : 11:30:00

Total del Area \$ 0

Tipo de Montaje : Mesa Redonda

Numero de Personas :26 Pax.

#### Alimentos y Bebidas

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Descuento	Total
Desayuno Americano	25	21,466	536,650	(7.00%) 37,566	499,085
SubTotal Alimentos y Bebidas					\$ 499,085
IVA Alimentos y Bebidas					\$ 79,854
SERVICIO VOLUNTARIO 10%					\$ 49,908
Total Alimentos y Bebidas					\$ 828,848

#### Miscelaneos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Descuento	Total
Capitan De Servicio	2	55,000	110,000		110,000
SubTotal Miscelaneos					\$ 110,000
IVA Miscelaneos					\$ 17,600

SUBTOTAL ESPACIOS	\$	0
IVA ESPACIOS 10%	\$	0
SUBTOTAL REQUERIMIENTOS	\$	809,085
IVA REQUERIMIENTOS 10%	\$	87,464
SERVICIO VOLUNTARIO 10%	\$	49,908
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>\$</b>	<b>756,446</b>

\* Por disposición de la S.L.C, en este establecimiento la propina es SUGERIDA del 10% sobre el total de la cuenta. Podrá aceptarse, modificarse o rechazarse de acuerdo al servicio prestado.

#### SERVICIO ADICIONAL

Servicio de parqueadero para nuestros huéspedes y visitantes va como cortesía del hotel de acuerdo a disponibilidad.

#### NOTA

\* Favor confirmar si desea que el nombre de su evento sea expuesto en la cartelera de eventos del Lobby, para este efecto se requiere el nombre exacto de su evento en la carta de confirmación.